

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ**

**Кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»**

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

**Выпускная квалификационная работа**

**студента очной формы обучения  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль «Коммерция»  
4 курса группы 06001217  
Святченко Сергея Витальевича**

Научный руководитель:  
к.э.н., доц. Матвийчук Л.Н.

**БЕЛГОРОД 2016**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>1. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг .....	6
1.2. Понятие эффекта и эффективности коммерческой деятельности .....	15
<b>2. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ПИЦЦА ОРЛОВ».....</b>	<b>24</b>
2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Пицца Орлов»	24
2.2. Анализ эффективности коммерческой деятельности .....	38
2.3. Анализ товарооборота как одного из основных показателей развития ... торгового предприятия.....	50
<b>3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>58</b>
3.1. Направления повышения эффективности коммерческой деятельности... торгового предприятия.....	58
3.1. Оценка эффективности торговой деятельности ООО «Пицца орлов» ...	65
3.3. Рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности..... ООО «Пицца Орлов» .....	75
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>79</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>82</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	

## ВВЕДЕНИЕ

Торговля в условиях рыночных отношений, функционирует в рамках крупномасштабной, быстроменяющейся внешней среды. Весь спектр сложных позитивных и негативных процессов, противоречивых тенденций, происходящих в экономической и социальной жизни, как страны, так и регионов, находит отражение и в торговле.

Также сегодня доминирует обращение товаров, поэтому роль торговли как связующего звена между сферой розничных предприятий и сферой потребления увеличивается. От торговли розничные предприятия получают достоверную информацию о требованиях потребителей и изменении спроса на реализуемую продукцию.

Розничная торговля, замыкая цепь движения товаров от производителей к потребителю, представляет собой конечное звено по продаже товаров и оказанию услуг непосредственно потребителю.

Рыночная экономика требует организации коммерческой деятельности предприятий розничной торговли на качественно новом уровне, в связи с чем она приобретает все большее значение.

Коммерческой деятельности предприятий розничной торговли должен быть присущ высокий динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и внешней среде, ресурсном потенциале, технологии торговли, финансовом состоянии, а эффективная коммерческая деятельность обеспечивает устойчивое развитие торгового предприятия, его конкурентоспособность.

Актуальность темы исследования определяется и тем, что разработка стратегических направлений развития коммерческой деятельности предприятий розничной торговли необходима для укрепления конкурентных позиций на рынке товаров и услуг. В связи с этим возникает необходимость конкретизации сущности и цели коммерческой деятельности предприятий розничной торговли, разработки инструментария оценки и рекомендаций по организации, прогнозированию и планированию коммерческой деятельности.

Несмотря на рост числа исследований, посвященных коммерческой деятельности в современных условиях, научную разработанность этой проблемы в целом еще нельзя признать исчерпывающей. Кроме того, развитие рыночных отношений, динамика научно-технического прогресса постоянно предопределяют появление новых проблем, требующих научного исследования.

Проблема организации эффективной коммерческой работы предприятия розничной торговли и определила выбор темы этого исследования.

Целью исследования является анализ теоретических и практических аспектов эффективности коммерческой деятельности розничной торговой организации на примере ООО «Пища орлов» и разработка рекомендаций по совершенствованию ее деятельности.

Достижение поставленной цели обеспечивается выполнением следующих задач:

- раскрыть сущность и роль коммерческой деятельности в современных условиях;
- раскрыть понятие эффекта и эффективности коммерческой деятельности;
- исследовать организационно-экономическую характеристику ООО «Пища орлов»;
- провести анализ эффективности коммерческой деятельности ООО «Пища орлов»;
- дать оценку эффективности торговой деятельности ООО «Пища орлов»;
- разработать пути совершенствования коммерческой работы торгового предприятия.

Объектом исследования является розничная торговая организация ООО «Пища орлов».

Предметом исследования являются теоретические и методические аспекты анализа и оценки коммерческой деятельности торговой организации.

Методологической основой выпускной квалификационной работы явились общенаучные методы диалектики, принципы диалектической логики, заключающиеся в анализе происходящих или предполагаемых явлений и процессов в их развитии, взаимообусловленности и взаимосвязи. В рамках систематизации анализируемых данных и процессов применялись экономико-статистические методы сравнения, классификации и группировок, опроса, хронологизация событий и явлений.

Теоретико-методологическую основу исследования составили научные разработки отечественных и зарубежных ученых, в первую очередь, исследователей в области теории анализа финансово-хозяйственной деятельности розничных предприятий, регулирования деятельности предприятий розничной торговли.

Информационную базу выпускной квалификационной работы составили нормативно-методические документы, статистические материалы, а также бухгалтерская отчетность и внутренние документы исследуемого предприятия.

Логика и структура выпускной квалификационной работы обусловлены целью и задачами исследования, что и определяет структуру работы. Выпускная квалификационная работа включает введение, три главы, заключение, список использованных источников. Список использованной литературы составляет 44 источника. Работа иллюстрирована 3 рисунками, включает 24 таблицы. Объем работы без приложений составляет 79 страниц.

# **1. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **1.1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг**

Каждая деятельность, включая и коммерческую, содержит определенную тенденцию и организуется для реализации поставленных целей. Эти цели можно охарактеризовать как цели функционирования. Коммерция – реквизит рынка, поэтому она основывается на его принципах, которые являются одним из условий ее развития. С точки зрения Тютюшкиной Г.С. рынок должен рассматриваться в качестве системы экономических отношений, складывающихся между предприятиями и потребителями. В качестве основы этой системы выступает купля-продажа товаров, а именно коммерческая деятельность. Ее цель - рост доходов в торговле с условием удовлетворения покупательского спроса [37].

Вхождение на рынок - сложный и многофакторный процесс, охватывающий все стороны коммерческой деятельности торгового предприятия. С этих позиций профессора Московского института предпринимательства и права Ю.А. Аванесов и Е.В. Васькин дают следующую трактовку коммерческой деятельности: «Цель коммерческой деятельности - максимизация выгоды. Достижение этой цели должно постоянно сопровождать весь процесс коммерческой деятельности с каждым контрагентом по каждому конкретному поводу в конкретных условиях. Гарантией реализации этих целей является содержание коммерческой деятельности, состоящее в изучении процесса формирования рынка товаров и услуг, обосновании направлений и масштабов развития их производства в соответствии с потребностями общества и отдельных потребителей, доведении товаров до потребителей и организации самого процесса потребления, коммерческом посредничестве и установлении договорных связей на рынке товаров и услуг» [6].

Более широкое толкование сущности коммерческой деятельности дал профессор Б.А. Райзберг: «Сейчас термин «коммерческая деятельность» стал толковаться расширительно и означает не только непосредственную торговую, но и другие виды предпринимательской деятельности» [33]. Далее автор конкретизирует, что при простой формуле торговой сделки: «товар - деньги» при продаже и «деньги - товар» при покупке - реальная картина коммерческого бизнеса более сложная. Коммерческое предпринимательство включает поиск и закупку конкретного товара, обеспечение его сохранности, транспортировку к месту продажи, продажу и послепродажное обслуживание. Таким образом, коммерческая деятельность охватывает торговую деятельность и разнообразные виды предпринимательства, связанные со сбытом, перепродажей товаров и предоставление услуг.

В зарубежных источниках подчеркивается стратегический подход к решению задач коммерции. Понятие коммерческой деятельности сформулировано представителем Гарвардской школы бизнеса в 1985 г.: «Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить потребительские требования».

Разные толкования коммерции определяются ее многоаспектностью. Категорию коммерции можно рассматривать с позиций предпринимателя, экономиста, финансиста, товароведа и др. Несмотря на отмеченные различия, многие исследователи сходятся во мнении, что предметами коммерции служат купля-продажа товаров в сфере товарного обращения с учетом удовлетворения запросов потребителей, поступление их в собственность торгового предприятия для последующей реализации.

Отечественная экономическая литература оперирует разнообразными понятиями коммерческой деятельности. На рисунке 1 представлены наиболее известные из них [24].

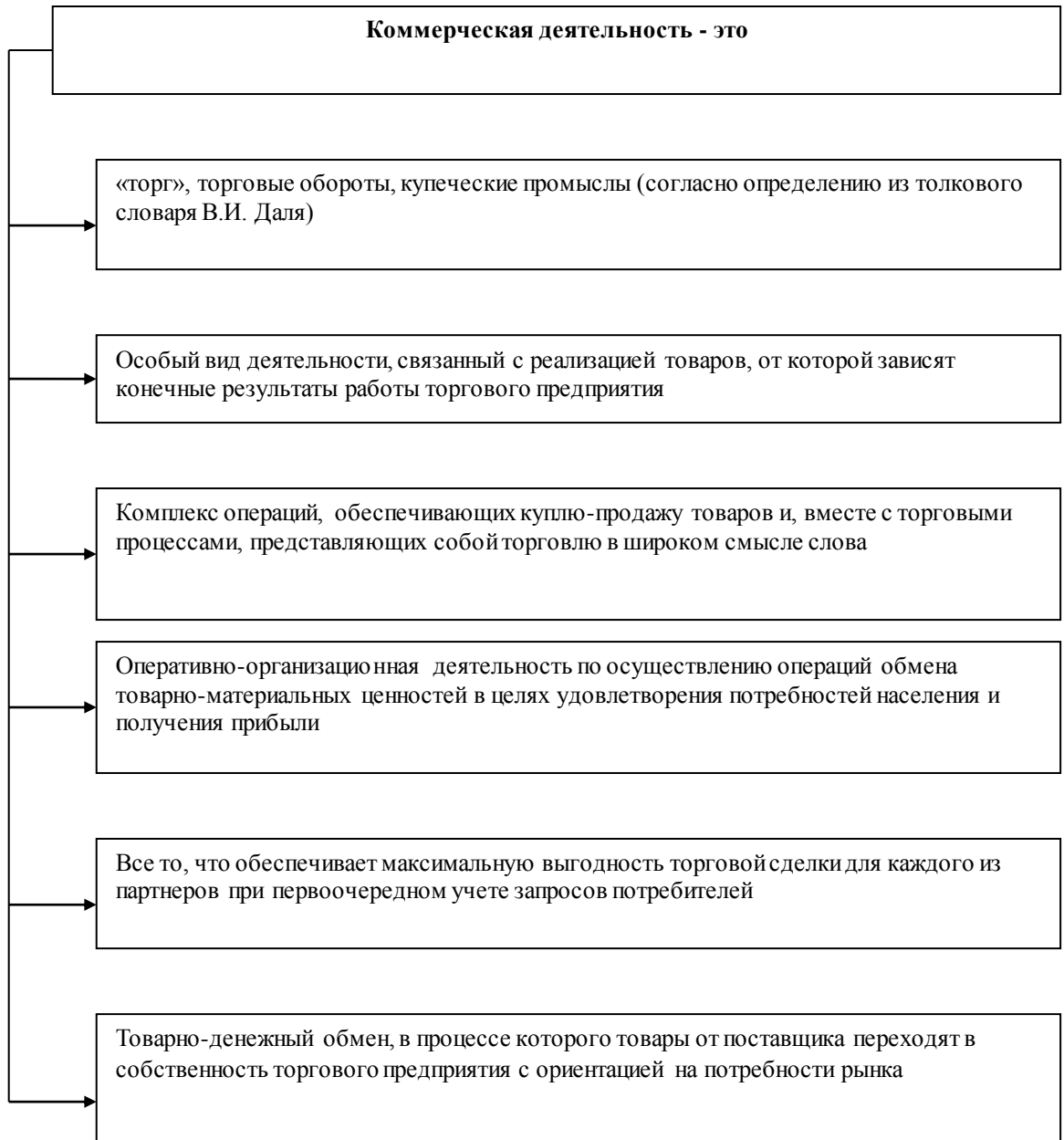


Рис.1. Трактовка коммерческой деятельности

Термин «коммерция» происходит от лат. «commercium», что означает «торговля». С одной стороны, коммерция охватывает отрасль торговли, а с другой — торговые процессы, которые направлены на куплю-продажу товаров. В большинстве случаев коммерческая деятельность имеет связь именно со вторым концептом термина «коммерция».

Понятия «торг», «торговые обороты» определяют коммерцию с точки зрения выгоды купли и продажи, которые сопровождаются коммерческими сделками, обменом и продвижением товаров. В данном случае в качестве



инструмента обмена выступают деньги, а местом, где совершается обмен товаров на деньги, является рынок. Товаропроизводитель изготавливает продукцию и реализует ее по определенной цене торговому предприятию. В свою очередь предприятие торговли продает данный товар потребителю по цене, которая регулируется рынком [32].

Любое коммерческое предприятие существует для потребителя и благодаря ему. Поэтому все инструменты коммерческой деятельности должны быть обращены в сторону удовлетворения пожеланий потребителей. Коммерческая деятельность является завершающей стадией процесса производства товаров, от нее зависит итоговый результат деятельности предприятия торговли.

Содержательную сторону категории «коммерческая деятельность» характеризуют понятия технологических и коммерческих процессов и операций.

Технологические (производственные) процессы — это комплекс приемов, способов и методов эффективного осуществления какого-либо вида предпринимательской деятельности. Как правило, технологические процессы обусловлены движением продукции по стадиям воспроизводственного цикла. Например, на стадии обращения технологические процессы обеспечивают непосредственное перемещение товара и сохранение его качества.

Технологическая операция — законченная часть технологического процесса, выполняемая на одном рабочем месте и характеризующаяся относительным постоянством предмета труда (товара), орудий и средств труда, содержанием самого труда. Совокупность технологических операций образует технологический процесс.

Коммерческие процессы сопряжены со сменой форм стоимости, а именно с куплей и продажей продукции, сопровождающейся получением прибыли. Коммерческие процессы состоят из коммерческих операций.

Основными коммерческими операциями являются:

- изучение спроса на товары и услуги;

- взаимодействие с поставщиками товаров путем установления хозяйственных связей;

- организация закупок товаров;
- организация продажи товаров в оптовой и розничной торговле;
- формирование товарного ассортимента;
- осуществление экспортно-импортных, таможенных операций;
- организация франчайзинга, работа на биржах и аукционах;
- проведение лизинговых и факторинговых операций;
- выполнение коммерческих расчетов;
- оценка коммерческого риска;
- страхование коммерческой деятельности;
- сбор и обработка коммерческой информации.

В каждой конкретной организации перечень выполняемых коммерческих операций может быть разным в зависимости от целей деятельности предприятия, масштабов его функционирования, реализуемых товаров и услуг [22].

Коммерческая деятельность является неотъемлемым условием рынка потребительских товаров, сферы коммерческого предпринимательства, где осуществляются процессы по обмену денежных средств на товары и, наоборот, товаров на денежные средства. Под коммерческой деятельностью необходимо понимать операции, направленные на куплю и продажу товаров, удовлетворение спроса потребителей, сокращение издержек обращения и получение прибыли. При организации закупки и поставки товаров следует изучать целевой рынок, устанавливая хозяйственные связи с поставщиками товаров, совершать коммерческие операции, которые направлены на заключение коммерческих сделок и на осуществление товарно-денежного обмена.

Коммерческую работу необходимо сопровождать решениями, ориентируясь на конъюнктуру рынка и факторы внешней среды. Выполняя

коммерческие функции, следует опираться на экономические законы рынка, коммерческое право и финансовую политику [13].

Коммерческие отношения развиваются в условиях, когда субъекты рынка обладают экономической свободой, что означает владение капиталом и способность управлять финансами, стремление к получению максимальной прибыли и наиболее выгодные приемы ее капитализации, создание организационных структур коммерции, способных адаптироваться к постоянно меняющимся условиям, чувствительность к изменениям в потребностях рынка, равноправность партнеров, умение управлять предпринимательским риском. Однако в коммерческой деятельности не представляется возможным полную независимость от функционирования рыночных субъектов считать экономической свободой, т. к. иногда в целях достижения поставленных стратегических задач необходимо соглашение с деловыми партнерами. Помимо этого, независимость коммерческих взаимоотношений притесняется ситуацией во внешней среде, коммерческой тайной, а также другими факторами.

На рис. 2 приведены основные принципы, которыми необходимо руководствоваться, чтобы достичь тех задач, которые поставлены в коммерческой деятельности.

Взаимосвязь коммерции и маркетинга определяется, в первую очередь, содержанием концепции маркетинга, которая доминирует на большей части рынков и реализована в призыве «Продавать необходимо только те объекты, которые можно продать».

Гибкость коммерции заключается в благовременном учете требований рынка. Для этого следует прогнозировать и изучать товарные рынки, совершенствовать рекламу, внедрять инновации в коммерческую деятельность предприятия, а в случае необходимости — перестраивать профиль деятельности, оптимизировать организационные структуры управления коммерцией.



Рис. 2. Принципы коммерческой деятельности

Возможность угадывать коммерческие риски — важнейший принцип для предпринимателя, осуществляющего бизнес в торговой сфере.

*Риск* представляет собой уровень неопределенности результата.

Вероятные убытки в сфере коммерческой деятельности называются *коммерческим риском*. Его можно определить как итоговую величину ущерба, возникшего в результате принятия неверного решения и затрат до его реализации.

Появление коммерческого риска обусловлено различными факторами, такими, например, как инфляция (по причине сокращения покупательной способности денег), ухудшение финансового состояния предприятия, заключение рискованной сделки, невыполнение партнерами принятых обязательств (по причине порчи или уничтожения товара при транспортировке, из-за стихийных бедствий, нечестности работников предприятия, действий конкурентов). Помимо этого, возникновение коммерческого риска может быть связано с нестабильностью социально-политической ситуации.

В целом коммерческая деятельность невозможна без рисков, однако при ее прогнозировании необходимо заранее предусмотреть воздействие коммерческого риска.

В коммерческой деятельности выявление приоритетов не менее важно, чем в производстве. Этот принцип может быть реализован путем постоянного изучения всех элементов коммерческой деятельности предприятия.

Личная инициатива находится в непосредственной зависимости от каждого человека, работающего в области коммерческой деятельности, и определяется персональными особенностями и культурой труда. Деловые качества коммерсанта зависят от его личностных характеристик. Культура труда представляет собой определенную степень основы организации труда, привлечение в сферу труда новейших научно-технических достижений, отказ от несовременных и ориентация на новые, наиболее эффективные способы труда и средства общения с коллегами, осторожное отношение к собственности и желание воспринимать идеи, которые могут повлиять на рост эффективности деятельности [17].

Принцип, создающий престиж коммерсанту в мире бизнеса, - значительная ответственность за осуществление принятых на себя обязательств по торговым операциям. Реализация данного принципа - гарантия эффективной коммерческой деятельности.

Субъекты коммерческой деятельности должны стремиться к росту культуры обслуживания потребителей, не нарушать действующее законодательство, принимать верные коммерческие решения, способствующие максимизации прибыли.

Соблюдение перечисленных принципов даст возможность успешно выполнять те задачи, которые стоят перед коммерческими службами. Центральными задачами являются:

- установление взаимовыгодных отношений с контрагентами;
- своевременное принятие решений в соответствии со сложившейся ситуацией на рынке;

- рост эффективности работы, направленной на изучение конъюнктуры рынка путем проведения маркетинговых исследований;
- приумножение значимости договоров и упрочнение договорной дисциплины;
- установление с поставщиками товаров долгосрочных хозяйственных связей;
- повышение эффективности коммерческой работы путем автоматизации определенных операций [18].

Все функции коммерческой деятельности делятся на две группы:

1) приносящие прибавочную стоимость:

- продажа товаров;
- предоставление дополнительных услуг;
- организация экспортно-импортных операций;
- лавирование товарными ресурсами;
- реклама реализуемых товаров и оказываемых услуг;
- осуществление правовой, а также претензионной работы.

2) принимающие участие в формировании доходов:

- исследование целевого рынка и его конъюнктуры;
- формирование заявок;
- организация закупки товаров;
- формирование ассортимента товаров;
- влияние на промышленность (повышение качества, наращивание ассортимента);
- организация и проведение ярмарок;
- исследование возможностей привлечения дополнительных товарных ресурсов [41].

Итак, коммерческая деятельность - комплекс правовых, финансовых, экономических и организационных компетенций и действий, направленных на оптимизацию операций по купле-продаже товаров и услуг для удовлетворения

спроса и получения прогнозируемой прибыли. В Российской Федерации деятельность торговой деятельности регулируется федеральным законом № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельностью в РФ» [1].

## **1.2. Понятие эффекта и эффективности коммерческой деятельности**

Проблема эффективности занимает одно из центральных мест среди совокупности проблем, стоящих перед обществом. Особенно актуальной эта проблема становится на современном этапе развития экономики в связи с увеличением конкуренции, глобализации бизнеса, увеличением предпринимательских рисков.

В переводе с латинского эффективность означает «действенный, производительный, дающий результат». Она характеризует развитые системы, процессы и явления, т. е. выступает в качестве индикатора развития.

Эффективность относится к числу ключевых категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением цели развития как каждой организации в отдельности, так и общества в целом. В наиболее общем виде экономическая эффективность представляет собой количественное соотношение двух величин - результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат.

Сущность проблемы можно выразить через основной принцип эффективности, который гласит: «Любая самоорганизующаяся система в своей деятельности или развитии, стремится достичь наилучших результатов, располагая конечным количеством ресурсов или достичь намеченной цели с минимальными затратами ресурсов» [10].

В отечественной экономической литературе последних десятилетий вряд ли можно найти более распространенное понятие, чем эффективность. Ему посвящено множество исследований. Даны трактовки этого понятия, рассмотрена процедура его формирования и основные методы измерения [6].

В частности, Базылев Н. И. и Гурко С.П. считают, что экономическим эффектом является результат человеческого труда, создающего материальные блага [11]. Недостаток этого определения заключается в одностороннем подходе к результатам хозяйственной деятельности, который может быть связан не только с созданием материальных благ, но и с оказанием различного рода услуг (материальных и нематериальных). В связи с этим более широким представляется определение, предложенное Хачатуровым Т.С. [12]: экономический эффект - это конечный результат в виде материальных благ и услуг, а также интеллектуальных ценностей, необходимых обществу для его существования и развития.

Некоторые ученые-экономисты выделяют при оценке эффективности экономический, экологический, социальный, бюджетный, научно-технический, коммерческий, косвенно-экономический эффекты.

Независимо от вида эффекта его количественная характеристика является абсолютной величиной, что ограничивает возможности использования данного показателя в экономическом анализе. Поэтому при проведении различных социально-экономических исследований применяется показатель эффективности, представляющий собой отношение нескольких показателей, одним из которых является эффект [25].

Современные экономические теории и школы по-разному подходят к определению эффективности. В «Большой экономической энциклопедии» приведено следующее определение этого понятия: «Экономическая эффективность - это состояние экономики (его называют еще Парето-эффективным состоянием), в котором увеличение степени удовлетворения одного потребителя невозможно без ухудшения степени удовлетворения для другого человека. По Парето производство является эффективным, если при заданных объемах производственных ресурсов за счет их перераспределения нельзя увеличить производство хотя бы одного блага без уменьшения производства других благ» [14].



Практическая значимость подобного подхода к определению эффективности заключается в возможности обоснования критериев и ограничений при выборе оптимального варианта развития бизнеса.

Американские экономисты Э.Дж. Долан и Д.Е. Линдсей считают, что понятие экономической эффективности применяется в целях предоставления общей оценки результативности (эффективности) общественного производства [19]. При этом эффективное производство - это такая ситуация, в которой при данных производительных ресурсах и существующем уровне знаний невозможно произвести большее количество одного товара, не жертвуя при этом возможностью произвести некоторое количество другого товара. Исследование эффективности в производстве позволяет ответить на вопрос, как производить блага. В отношении экономики в целом, согласно Э.Дж. Долану и Д.Е. Линдсею, эффективным считается такое ее состояние, в котором запросы потребителей в максимальной степени удовлетворены при условии ограниченности ресурсов [19].

Авторы «Экономикс», К.Р. Макконелл и СЛ. Брю понятие экономической эффективности сравнивают с коэффициентом полезного действия (КПД) паровоза. Они отмечают, что «экономическая эффективность (economic efficiency) - это отношение между затратами редких ресурсов и производимым в результате их использования объемом товара или услуги; производство продукта определенной стоимости при наименьших затратах ресурсов; достижение наибольшего объема производства товара или услуги с применением ресурсов определенной стоимости. Большее количество продукта, получаемое от данного объема затрат, означает повышение эффективности. Меньший объем продукта от данного количества затрат указывает на снижение эффективности» [29].

В.В. Новожилов определял экономическую эффективность как «соотношение результатов и затрат на их получение» [9].

Л.Э. Кунельский отмечал, что эффективность означает результативность, действенность. Если попытаться дать самую краткую характеристику

эффективного хозяйствования, то можно изложить ее достаточно точно и емко следующим образом: добиваться больших результатов при минимальных затратах. Обязательным условием эффективного хозяйствования является опережающий рост конечных результатов производства по сравнению с затратами, за счет которых эти результаты достигнуты [4].

Несмотря на различие точек зрения относительно видов «эффективности», все авторы едины в том, что эффективность - это результативность исследуемого процесса или явления, которая определяется путем соотношения эффекта и ресурсов (затрат). Причем именно от объекта исследования будет зависеть вид эффекта и состав ресурсов (затрат), применяемых для определения эффективности.

*Эффективность* — качественная категория, связанная с интенсивностью коммерческой деятельности и отражающая процессы совершенствования, происходящие в каждом ее элементе.

*Эффективность* — относительный показатель, отражающий соотношение полученного эффекта (результата) к затратам (материальным, трудовым, финансовым, информационным, интеллектуальным), необходимым для его достижения [5].

Эффективность является достаточно сложной экономической категорией, которая охватывает различные уровни хозяйствования (например, государственный, отраслевой или уровень самого предприятия). На ее величину воздействует ряд внешних и внутренних факторов. Поскольку эффективность представлена разнообразными видами, в частности эффективность коммерческой деятельности предприятия торговли, эффективность использования ресурсов, эффективность производства, то для ее количественной оценки необходима система показателей [30].

Эффект представляет собой один из компонентов, соотносимых между собой в процессе решения задач оптимизации [5].

*Эффект* — это результат деятельности предприятия, выраженный в абсолютных единицах. В зависимости от целей работы предприятия эффект может

быть выражен в виде следующих показателей: товарооборота, валового дохода, издержек обращения, прибыли [20].

Данные категории имеют единую направленность. И эффект, и эффективность характеризуют рост и развитие хозяйствующего субъекта, т. е. его способность к масштабным количественным и качественным изменениям. При этом наиболее сильна взаимосвязь этих понятий именно с качественными изменениями, поскольку в большинстве случаев желаемый результат достигается благодаря воздействию интенсивных факторов.

Однако между понятиями «эффект» и «эффективность» наблюдаются определенные различия. Эффект отражает результат коммерческой деятельности, т. е. то состояние, к которому торговое предприятие стремится. В этом случае категории «эффект» и «результат» воспринимаются как тождественные и используются в качестве ориентира в процессе построения управленческой системы торгового предприятия. В международной практике такое управление получило название «управление по результатам». Его цель — количественное увеличение результирующих показателей [5].

Таким образом, основные отличия эффекта от эффективности заключаются в следующем:

1) тип величины. Эффективность является относительной величиной, а эффект - абсолютной;

2) способ подсчета. Эффект определяется путем сравнения фактического состояния и прошлого, эффективность — посредством соотношения между результатом и затратами;

3) формальное выражение. Эффект возможен как положительный, так и отрицательный, эффективность может быть либо положительной, либо нулевой;

4) значение. Эффективность необходима для длительного функционирования хозяйствующего субъекта, а эффект важен для сиюминутной реализации возникших проблем [39].

Оценка эффективности коммерческой деятельности торговой фирмы осуществляется с помощью системы показателей. Обоснование необходимости их

использования дано в теории множественности целей, основу которой составляет системный подход к описанию компании, что предполагает наличие в системе иерархии целей и, как следствие, критериев их достижения.

Перечень показателей, применяемых для оценки коммерческой деятельности, зависит от жизненного цикла фирмы, ее размера, срока планирования, назначения анализа и ряда других параметров.

Система экономических показателей базируется на дедуктивном методе, предполагающем построение так называемого синтетического показателя, который обобщает результаты коммерческой деятельности. После этого осуществляется отбор частных показателей, позволяющих конкретизировать состояние какой-либо стороны функционирования торгового предприятия.

Систему показателей, применяемых в ходе оценки эффективности коммерческой деятельности, целесообразно формировать по следующей схеме:

Ресурсы---- > Затраты----> Результаты.

С учетом представленной схемы наиболее распространенными показателями оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия являются: фондоотдача, фондорентабельность, оборачиваемость товарных запасов, производительность труда, уровень издержек обращения, рентабельность затрат, срок окупаемости капитальных вложений и пр. [40].

Наиболее целесообразным представляется комбинирование системы показателей оценки эффективности коммерческой деятельности с расчетом обобщающих параметров (табл. 1).

На практике более целесообразно сочетать использование системы показателей оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия с расчетом обобщающих показателей. В качестве обобщающей оценки эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия могут быть использованы следующие комплексные показатели [15, 23].

Показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятия,  
функционирующего в сфере товарного обращения

Группа показателей	Показатели	Методика расчета
1	2	3
Эффективность использования основных фондов	Фондоотдача	$\Phi_{отд} = \frac{T}{\Phi_{сг}}$ <p>где Т – объем розничного товарооборота, руб;  <math>\Phi_{сг}</math> – среднегодовая стоимость основных фондов, руб.</p>
	Фондооснащенность	$\Phi_o = \frac{\Phi_{сг}}{Ч_{сп}}$ <p>где <math>Ч_{сп}</math> – среднесписочная численность работников, чел.</p>
	Фондоемкость	$\Phi_E = \frac{\Phi_{сг}}{T}$
	Фондовооруженность	$\Phi_B = \frac{\Phi_{сг.а}}{Ч_{сп}}$ <p>где <math>\Phi_{сг.а}</math> – среднегодовая стоимость активной части основных фондов, руб.</p>
	Фондорентабельность	$P_{п} = \frac{Пч}{ОФ_{сг}} \times 100\%$ <p>где Пч – чистая прибыль, руб.</p>
	Товарооборот на 1 кв.м. общей площади	$T_{общ} = \frac{T}{S_{общ}}$ <p>где <math>S_{общ}</math> – общая площадь предприятия, кв. м.</p>
	Товарооборот на 1 кв.м. торговой площади	$T_{торг} = \frac{T}{S_{торг}}$ <p>где <math>S_{торг}</math> – торговая площадь предприятия, кв.м.</p>
Эффективность использования оборотных средств	Скорость обращения оборотных средств	$K_{об} = \frac{T}{O_{об.с}}$ <p>где <math>O_{об.с}</math> – средний запас оборотных средств, руб.</p>
	Время обращения оборотных средств	$B = \frac{O_{об.с}}{T_{одн}}$ <p>где <math>T_{одн}</math> – объем однодневного розничного товарооборота, руб.</p>
	Рентабельность оборотных средств	$P_{об.с} = \frac{Пч}{O_{об.с}} \times 100\%$

## Продолжение таблицы 1

Эффективность использования трудовых ресурсов	Производительность труда	$ПТ = \frac{T}{Ч_{СП}}$
	Товарооборот на 1 рубль расходов на оплату труда	$T_{ФЗП} = \frac{T}{ФЗП},$ где ФЗП – расходы на оплату труда, руб.
	Прибыль на одного работника	$П_{1РАБ} = \frac{П_{Р.П.}}{Ч_{СП}},$ где – П <sub>р.п.</sub> – прибыль от реализации продукции, руб.
	Прибыль на 1 рубль расходов на оплату труда	$П_{ФЗП} = \frac{П_{Р.П.}}{ФЗП}$
	Коэффициент трудоемкости	$K_{ТР} = \frac{Ч_{СП}}{T}$
Эффективность текущих затрат	Уровень издержек обращения	$У = \frac{И}{T} \times 100\%,$ где И – сумма издержек обращения, руб.
	Затратоотдача	$И_{ОТД} = \frac{T}{И}$
	Рентабельность текущих затрат	$P_3 = \frac{П_ч}{И} \times 100\%$

Показатель эффективности использования торгового потенциала предприятия:

$$Э_{ИТП} = \frac{T}{ФОТ + (\Phi_{СГ} + O_{ОБ.С.}) \times K_{ПРИВЕД}}$$

где ФОТ — фонд оплаты труда, руб.;

$\Phi_{ОБ.С.}$  - среднегодовая стоимость оборотных средств, руб.;

$\Phi_{СГ}$  — среднегодовая стоимость основных средств, руб.;

$K_{ПРИВЕД}$  — нормативный коэффициент, равный 0,12.

Рассмотренный показатель дает возможность оценить эффективность использования экономического потенциала торгового предприятия и сравнить находящиеся в его распоряжении ресурсы с конечным результатом функционирования — розничным товарооборотом. Чем выше значение данного показателя, тем рациональнее торговое предприятие выполняет свою основную функцию — удовлетворение потребностей покупателей в товарах и тем эффективнее используются ресурсы торгового предприятия.

Показатель эффективности финансовой деятельности предприятия:

$$\mathcal{E}_{ИТП} = \frac{П_{РП}}{\Phi_{ОТ} + (\Phi_{СГ} + O_{ОБ.С.}) \times K_{ПРИВЕД}}$$

где  $П_{РП}$  — прибыль от реализации продукции, руб.

Данный показатель позволяет оценить, с помощью каких ресурсов был достигнут основной финансовый результат функционирования торгового предприятия и насколько эффективно эти ресурсы используются.

Показатель эффективности трудовой деятельности:

$$\mathcal{E}_{ТД} = \frac{T}{\Phi_{ОТ}}$$

Представленный показатель характеризует прирост производительности труда торговых работников на один рубль увеличения средней заработной платы.

Таким образом, можно констатировать, что такие экономические категории как эффект и эффективность имеют единую направленность, но при этом между ними существуют отличия. Для оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия разработана система комплексных показателей.

## **2. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ПИЦЦА ОРЛОВ»**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Пицца Орлов»**

Общество с ограниченной ответственностью «Пицца орлов» (далее ООО «Пицца орлов») создано путем учреждения в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» в 2008 году [2].

Место нахождения ООО «Пицца орлов»: 308014, Российская Федерация, Белгородская область, город Белгород, улица Попова, дом 39. по данному адресу находится исполнительный орган ООО «Пицца орлов» - Генеральный директор.

Основной целью создания предприятия является осуществление коммерческой деятельности для извлечения прибыли.

Лицензируемые виды деятельности, перечень которых определяется законом, осуществляются на основании специального разрешения в порядке, предусмотренном действующим законодательством РФ.

Основными видами деятельности ООО «Пицца орлов» являются:

- розничная торговля продуктами из мяса и мяса птицы, а также субпродуктами;
- заготовка, производство, хранение, переработка, реализация сельскохозяйственной продукции и лекарственного сырья;
- внешнеэкономическая и внешнеторговая деятельность, экспортно-импортные операции;
- торгово-закупочная и коммерческо-посредническая деятельность, в том числе по продукции и товарам, приобретение и реализация которых осуществляется на основании специального разрешения (лицензии);



- организация оптовой, розничной торговли, в том числе комиссионной, подакцизными товарами, в частности путем создания собственной сети и аренды торговых площадей, магазинов, складов;

- проведение внешнеторговых и посреднических операций по приобретению за рубежом передовых технологий и оборудования, запасных и комплектующих частей к ним для последующей продажи на территории Российской Федерации, а также для собственных нужд;

- эксплуатация собственных и зафрахтованных (в том числе арендованных) транспортных средств, в том числе железнодорожного подвижного состава и автомобилей;

- привлечение заемных средств и инвестиций внутри страны и за рубежом в любых, применяемых в коммерческой практике формах, включая продажу и покупку акций, облигаций, векселей и других ценных бумаг;

- строительство, реконструкция, реставрация, ремонт производственных и внепроизводственных объектов и их эксплуатация (Приложение 1).

Деятельность общества не ограничивается вышеназванными видами. Организация имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральным законодательством.

Основной задачей предприятия является обеспечение каждого покупателя только свежими и экологически чистыми продуктами питания по доступным ценам, с этой целью была организована фирменная торговая сеть мясных лавок «Ясные Зори», где представлен широкий ассортимент полуфабрикатов из мяса цыплят-бройлеров, свинины, утки, колбасных и деликатесных изделий, картофель.

Высокий уровень производства и отличное качество мясной продукции, реализующуюся через сеть мясных лавок «Ясные Зори» характеризуют многочисленные престижные награды самых представительных российских и международных выставок. Дипломы и медали «Сто лучших товаров России»,

«Куриный Король», Мясная Индустрия», «ПродЭкспо», «Золотая осень», «Экологически Безопасная Продукция» [43].

Компания ООО «Пицца орлов» имеет линейно-функциональную структуру управления (рис. 3).



Рис.3. Организационная структура ООО «Пицца орлов»

Учитывая то, что организация ООО «Пицца орлов» по размеру, линейно-функциональная структура управления является приемлемой. В дальнейшем, в случае расширения розничной сети мясных лавок «Ясные Зори» по регионам, целесообразно пересмотреть организационную структуру в пользу дивизиональной региональной организационной структуры.

В компании работает более ста человек, основную долю в структуре персонала занимают работники торговой группы. Структуру и динамику персонала за последние три года представлена в таблице 2. Таблица составлена на основании данных компании о списочной численности сотрудников (Приложение 10 - 12).

Анализ данных, представленных в таблице 2, позволяет сделать вывод, что сократилось количество сотрудников компании в 2014 г. по сравнению с

2013 г. на 5 человек только за счет работников торговой группы, численность сотрудников других подразделений осталась неизменной.

Таблица 2

Анализ структуры и динамики персонала ООО «Пицца орлов»  
за 2013 – 2015 гг.

структурное подразделение	2013 год		2014 год		2015 год		изменение, %	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	2014 г. от 2013г.	2015 г. от 2014 г.
Администрация	13	10%	13	10%	13	10%	0%	0%
Водители	2	1%	2	2%	2	2%	1%	0%
Торговая группа	106	81%	101	80%	105	80%	-1%	0%
Младший обслуживающий персонал	10	8%	10	8%	10	8%	0%	0%
Итого	131	100%	126	100%	130	100%	0%	0%

В 2015г. в связи с открытием новых торговых точек численность работников торговой группы увеличилась на 4 человека. Структура персонала на протяжении всего исследуемого периода, практически остается неизменной. Наибольший удельный вес приходится на работников торговой группы – 80%.

Основной продукцией, которую реализует ООО «Пицца орлов» через розничную сеть мясных лавок «Ясные Зори» является, естественно, мясная продукция (95% от общего объема реализации в денежном выражении), на стороннюю продукцию приходится 5% продаж в 2015 году.

В таблице 3 приведен анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Пицца орлов» за 2013 – 2015 гг. Основанием для анализа послужили данные бухгалтерской отчетности, Анализ сч. 44 субсчет «Издержки обращения», Анализ сч. 41 «Товары» (Приложение 2 - 9, 13 - 18).

Данные таблицы 3, свидетельствуют, об ухудшении финансовых показателей ООО «Пицца орлов» в 2015г. по сравнению с 2014г. В частности валовая прибыль в 2015 г. уменьшилась на 8 898 тыс. руб. (или на 8%) и составила 106 512 тыс. руб.

Динамика основных экономических показателей деятельности  
ООО «Пицца орлов» за 2013 - 2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-		Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014 к 2013	2015 к 2014	2014 к 2013	2015 к 2014
Товарооборот (выручка от продаж) в действующих ценах, тыс. руб.	560002	674355	716124	114353	41769	120%	106%
Издержки обращения, тыс.руб.	76705	88910	98900	12205	9990	116%	111%
Валовая прибыль, тыс. руб.	88778	115410	106512	26632	-8898	130%	92%
Прибыль от продаж, тыс. руб.	11982	26409	7612	14427	-18797	220%	29%
Чистая прибыль, тыс.руб.	8413	22367	23536	13954	1169	266%	105%
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	11659	10767	9408	-892	-1359	92%	87%
Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, тыс.руб.	10376	13412	15692	3036	2280	129%	117%
Средние товарные запасы, тыс.руб.	5924	6552	8170	628	1618	111%	125%
Денежные средства, тыс. руб.	7027	9178	14137	2151	4959	131%	154%
Собственный капитал, тыс. руб.	23525	31138	44089	7613	12951	132%	142%
Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	13103	10221	9515	-2882	-706	78%	93%
Среднесписочная численность работников, чел.	131	126	130	-5	4	96%	103%
Производительность труда, тыс. руб.	4274,82	5352,02	5508,65	1077,2	156,63	125%	103%
Рентабельность продаж, %	2%	4%	1%	+ 2	- 3	200%	25%

Отрицательное влияние на сокращение величины валовой прибыли, оказал рост издержек обращения в 2015г. на 11%, в то время как товарооборот увеличился на 6%. Прибыль от продаж сократилась на 71% по сравнению с 2014г., спад произошел за счет роста коммерческих расходов. Уменьшение прибыли от продаж отрицательно сказалось на рентабельности продаж, в 2015г. рентабельность сократилась на 75%. Тем не менее, за счет прочих доходов, предприятия в 2015г. сумело достичь роста чистой прибыли на 5% по сравнению с 2014г. и на 180% по сравнению с 2013г.

Все остальные показатели ООО «Пища орлов» показывают динамику роста в 2015г. как по сравнению с 2014г., так и по сравнению с 2013г. За исключением среднегодовой стоимости основных средств, значение которой, уменьшается на протяжении всего исследуемого периода. Следует отметить, что сокращение стоимости происходит не за счет сокращения коммерческой деятельности, а за счет продажи не эффективно используемого имущества.

Также наблюдается уменьшение величины кредиторской задолженности в течении 2013 – 2015 гг., при этом дебиторская задолженность увеличивается. Сокращение кредиторской задолженности свидетельствует о росте платежеспособности общества, что является положительным моментом. В то же время рост дебиторской задолженности свидетельствует об отвлечении средств ООО «Пища орлов» с хозяйственного оборота. По-мнению экономистов, оптимальным вариантом в деятельности предприятия, является небольшое превышение кредиторской задолженности над дебиторской. Так как при таком соотношении предприятие имеет возможность пользоваться в своей деятельности коммерческим кредитом [34].

Среднесписочная численность работников в 2015г. увеличилась на 5 человек, при этом производительность труда также увеличилась на 3%.

Рост собственного капитала свидетельствует о финансовой независимости ООО «Пища орлов».

Чтобы сделать, более обоснованные выводы о финансовом состоянии необходимо провести анализ ликвидности и финансовой устойчивости ООО «Пища орлов».

Ликвидность – способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной. Обычно различают высоколиквидные, низколиквидные и неликвидные ценности (активы). Чем легче и быстрее можно получить за актив полную его стоимость, тем более ликвидным он является. Для товара ликвидности будет соответствовать скорость его реализации по номинальной цене [35].

Для анализа ликвидности баланса, активы предприятия группируются по степени их ликвидности, а пассивы по степени срочности погашения обязательств. На основании данных бухгалтерского баланса ООО «Пища орлов» (Приложение 2), в таблице 4, проведен анализ ликвидности баланса на начало и конец 2015г.

Таблица 4  
Анализ ликвидности баланса ООО «Пища орлов» за 2015г.

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/недостаток платежей. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
1	2	3	4	5	6	7	8
A1. Высоколиквидные активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения)	23 782	+133,4	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолженность)	9 627	-36,5	+14 155
A2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебиторская задолженность)	17 628	+129,4	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущая кредиторская задолженность)	453	–	+17 175

А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборотные активы)	10 142	+37,6	$\geq$	П3. Долгосрочные обязательства	82	-	+10 060
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	10 467	-5	$\leq$	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	51 857	+145,8	-41 390

Из таблицы видно, что имеется идеальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

ООО «Пища орлов» владеет достаточной величиной всех видов ликвидных средств для покрытия наиболее срочных обязательств. Компания владеет собственным оборотным капиталом, что подтверждает выполнения четвертого неравенства. Наличие собственного оборотного капитала, позволяет предприятию вести независимую финансовую политику.

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности предприятия, кроме анализа ликвидности баланса, необходим расчет коэффициентов ликвидности. Он проводится с целью оценки соотношения имеющихся активов, как предназначенных для непосредственной продажи, так и задействованных в технологическом процессе для их последующей продажи и возмещения вложенных средств, и существующих обязательств, которые должны быть погашены предприятием в предстоящем периоде. Расчет основывается на том, что виды оборотных средств обладают различной степенью ликвидности: абсолютно ликвидные денежные средства, далее по убывающей степени ликвидности следуют краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность, запасы. Поэтому для оценки платежеспособности и ликвидности предприятия применяют показатели, которые различаются в зависимости от порядка включения их в расчет ликвидных средств, рассматриваемых в качестве покрытия краткосрочных обязательств [36].

В таблице 5 проведен расчет коэффициентов ликвидности ООО «Пища орлов» за 2013 – 2015 гг.

Таблица 5

Анализ коэффициентов ликвидности ООО «Пища орлов»  
за 2013 – 2015 гг.

Показатель ликвидности	Значение показателя			Изменение показателя (гр.4 - гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015		
1	2	3	4	5	7
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	1,64	3,82	5,11	+3,47	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: 2 и более.
2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	1,29	2,91	4,11	+2,82	Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: 1 и более.
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,25	1,49	2,36	+2,11	Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: не менее 0,2.

На последний день анализируемого периода (31.12.2015) значение коэффициента текущей ликвидности (5,11) соответствует норме. За 3 года коэффициент текущей ликвидности вырос на 3,47. В течение рассматриваемого периода наблюдалось снижение показателя, сменившееся ростом.

Для коэффициента быстрой ликвидности нормативным значением является 1. В данном случае его значение составило 4,11. Это говорит о наличии в организации ликвидных активов, которыми можно погасить наиболее срочные обязательства. Коэффициент быстрой ликвидности укладывался в установленный норматив в течение всего периода.

Залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия служит его устойчивость. На устойчивость предприятия влияют различные факторы, такие как положение предприятия на рынке, имя в деловом мире,



зависимость предприятия от кредиторов и инвесторов, наличие неплатежеспособных дебиторов, эффективность его хозяйствования и т.п. [16].

Финансовая устойчивость - отражает не только превышение доходов над затратами, но и возможность предприятия свободно маневрировать финансовыми ресурсами для обеспечения бесперебойного производства и реализации продукции.

Анализ устойчивости финансового состояния предприятия показывает, правильно ли предприятие управляло финансовыми ресурсами в течении года.

Состояние финансовых ресурсов должно отвечать требованиям рынка и потребностям развития самого предприятия, т.к. недостаточная величина финансовых ресурсов приводит к неплатежеспособности предприятия и нестабильному его положению на рынке, а избыточная величина финансовых ресурсов создает излишние запасы и резервы, нерациональное использование которых также убыточно для предприятия [7].

Таким образом, финансовая устойчивость предприятия определяется эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, которые обеспечивают развитие предприятия на основе роста его прибыли и капитала при сохранение платежеспособности предприятия в условиях допустимого уровня риска.

В таблице 6 проведен анализ основных показателей финансовой устойчивости ООО «Пища орлов» за 2013 – 2015 гг. Источником информации послужила финансовая отчетность компании (Приложение 2, 6).

Коэффициент автономии организации на последний день анализируемого периода составил 0,84. Полученное значение говорит о слишком осторожном отношении ООО «Пища орлов» к привлечению заемных денежных средств (собственный капитал составляет 84% в общем капитале организации). Коэффициент автономии в течение анализируемого периода (31.12.13–31.12.15) повысился на 0,23.

За три года отмечено стремительное – с 0,11 до 0,8 (на 0,69) – повышение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами. На

31.12.2015 значение коэффициента можно охарактеризовать как, без сомнения, хорошее. В основном в течение всего анализируемого периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами сохранял нормативное значение.

Таблица 6

Основные показатели финансовой устойчивости ООО «Пища орлов» за 2013 – 2015 гг.

Показатель	Значение показателя			Изменение показателя (гр.4-гр.2)	Описание показателя и его нормативное значение
	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015		
1	2	3	4	5	6
1. Коэффициент автономии	0,61	0,79	0,84	+0,23	Отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Нормальное значение для данной отрасли: 0,4 и более (оптимальное 0,5-0,7).
2. Коэффициент финансового левериджа	0,69	0,27	0,2	-0,49	Отношение заемного капитала к собственному. Нормальное значение для данной отрасли: не более 1,5 (оптимальное 0,43-1).
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,11	0,74	0,8	+0,69	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам. Нормальное значение: не менее 0,1.
4. Индекс постоянного актива	0,87	0,25	0,2	-0,67	Отношение стоимости внеоборотных активов к величине собственного капитала организации.
5. Коэффициент покрытия инвестиций	0,69	0,79	0,84	+0,15	Отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств к общей сумме капитала. Нормальное значение: не менее 0,7.
6. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,13	0,75	0,8	+0,67	Отношение собственных оборотных средств к источникам собственных средств. Нормальное значение для данной отрасли: 0,15 и более.
7. Коэффициент мобильности имущества	0,51	0,8	0,83	+0,32	Отношение оборотных средств к стоимости всего имущества. Характеризует

					отраслевую специфику организации.
--	--	--	--	--	--------------------------------------

## Продолжение таблицы 6

8. Коэффициент мобильности оборотных средств	0,15	0,39	0,46	+0,31	Отношение наиболее мобильной части оборотных средств (денежных средств и финансовых вложений) к общей стоимости оборотных активов.
9. Коэффициент обеспеченности запасов	-4,86	3,15	4,15	+9,01	Отношение собственных оборотных средств к стоимости запасов. Нормальное значение: 0,5 и более.
10. Коэффициент краткосрочной задолженности	0,83	0,99	0,99	+0,16	Отношение краткосрочной задолженности к общей сумме задолженности.

Также отмечен существенный рост коэффициента покрытия инвестиций с 0,69 до 0,84 (+0,15). Значение коэффициента по состоянию на 31.12.2015 полностью соответствует нормативному значению (доля собственного капитала и долгосрочных обязательств в общей сумме капитала организации составляет 84%). Рост коэффициента покрытия инвестиций наблюдался в течение всего периода.

Значение коэффициента обеспеченности материальных запасов на 31 декабря 2015 г. составило 4,15. За 3 последних года коэффициент обеспеченности материальных запасов резко вырос (на 9,01). Коэффициент в основном укладывался в установленный норматив практически в течение всего рассматриваемого периода. На последний день анализируемого периода значение коэффициента обеспеченности материальных запасов можно характеризовать как полностью укладывающееся в норму.

По коэффициенту краткосрочной задолженности видно, что величина краткосрочной кредиторской задолженности организации значительно превосходит величину долгосрочной задолженности (99,2% и 0,01% соответственно).

В таблице 7 проведен анализ обеспеченности ООО «Пицца орлов» источниками покрытия запасов и затрат на начало 2015г. и на конец 2015г.

Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка)  
собственных оборотных средств ООО «Пицца орлов»

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя		Излишек (недостаток)*	
	на начало анализируемого периода (31.12.2014)	на конец анализируемого периода (31.12.2015)	на начало анализируемого периода (31.12.2014)	на конец анализируемого периода (31.12.2015)
Запасы, тыс. руб.	8 655	9 975	х	х
СОС <sub>1</sub> (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	27 276	41 390	+18621	+31415
СОС <sub>2</sub> (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, Net Working Capital)	23 376	41 472	+14721	+31452
СОС <sub>3</sub> (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	37 073	51 552	+28418	+41577

\*Излишек (недостаток) СОС рассчитывается как разница между собственными оборотными средствами и величиной запасов и затрат.

По всем трем вариантам расчета по состоянию на 31.12.2015 наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как абсолютно устойчивое. Более того все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов в течение анализируемого периода улучшили свои значения.

Таким образом анализ основных экономических показателей свидетельствует о положительной тенденции в развитии ООО «Пицца орлов», так как в течении всего исследуемого периода наблюдается рост чистой прибыли. Анализ ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости свидетельствует об абсолютной устойчивости баланса, так как выполняются все условия ликвидности баланса. Относительные показатели ликвидности подтверждают наличие у компании ликвидных средств для покрытия наиболее срочных обязательств. Анализ коэффициентов финансовой устойчивости показал превышение собственных источников над заемными. С одной стороны это свидетельствует о финансовой устойчивости и

независимости компании от внешних источников финансирования, с другой стороны такую структуру источников нельзя назвать оптимальной. Руководству ООО «Пища орлов», следует рассмотреть возможности привлечения заемного капитала с целью более эффективного использования собственного капитала.

## 2.2. Анализ эффективности коммерческой деятельности ООО «Пища орлов»

Для оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия разработана система комплексных показателей. Она включает в себя четыре блока:

- показатели эффективности использования основных фондов;
- показатели эффективности использования оборотных средств;
- показатели эффективности использования трудовых ресурсов;
- показатели эффективности текущих затрат.

1. Показателями эффективности использования основных фондов являются фондоотдача, фондоемкость, фондорентабельность, фондовооруженность труда [31].

В таблице 8 приведен анализ использования основных фондов ООО «Пища орлов» за 2013 – 2015 гг. Источником информации для расчета показателей послужили данные бухгалтерской отчетности, статистические данные компании о численности работников, об общей площади компании и торговой площади (Приложение 2, 3, 6, 7, 10 – 12, 19).

Таблица 8

### Анализ эффективности использования основных фондов ООО «Пища орлов» за 2013 – 2015 гг.

	Годы			Абсолютные изменения (+,-)		Относительные изменения, %	
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г. от 2013 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
показатели							
1	2	3	4	5	6	7	8

Объем розничного товарооборота, Т, тыс. руб.	560002	674355	716124	114353	41769	120%	106%
Среднегодовая стоимость основных фондов, Ф <sub>сг</sub> , тыс.руб.	11659	10767	9408	-892	-1359	92%	87%
Среднесписочная численность работников, Ч <sub>сп</sub> , чел.	131	126	130	-5	4	96%	103%
Среднегодовая стоимость активной части основных фондов, Ф <sub>сг.а</sub> , т.руб.	6995	6460	5645	-535	-815	92%	87%
Чистая прибыль, П <sub>ч</sub> , тыс. руб.	8413	22367	23536	13954	1169	266%	105%
Общая площадь предприятия, С <sub>общ</sub> , кв. м.	3484,3	3448,6	3534,6	-35,7	86	99%	102%
Торговая площадь предприятия, С <sub>торг</sub> кв.м.	2230,2	2230,2	2451,1	0	220,9	100%	110%
Фондоотдача, тыс.руб. (Т/Ф <sub>сг</sub> )	48,03	62,63	76,12	14,60	13,49	130%	122%
Фондоемкость, тыс.руб. (Ф <sub>сг</sub> /Т)	0,02	0,02	0,01	- 0,00	- 0,00	100%	50%
Фондооснащенность, тыс.руб. (Ф <sub>сг</sub> / Ч <sub>сп</sub> )	89,00	85,45	72,37	- 3,55	- 13,08	96%	85%
Фондовооруженность, тыс.руб. (Ф <sub>сг.а</sub> / Ч <sub>сп</sub> )	53,40	51,27	43,42	- 2,13	- 7,85	96%	85%
Фондорентабельность, тыс.руб. (П <sub>ч</sub> /Ф <sub>сг</sub> )	0,72	2,08	2,50	1,36	0,42	288%	120%
Товарооборот на 1 кв.м. общей площади, тыс.руб. (Т/ С <sub>общ</sub> )	160,72	195,54	202,60	34,82	7,06	122%	104%
Товарооборот на 1 кв.м. торговой площади, тыс.руб. (Т/ С <sub>торг</sub> )	251,1	302,37	292,16	51,27	-10,21	120%	97%

Данные таблицы 8 свидетельствуют о достаточно эффективном использовании основных средств в течении всего исследуемого периода, наблюдается тенденция роста коэффициента фондоотдачи, в 2015г. рост составил 22% по сравнению с 2014г. и соответственно уменьшение коэффициента фондоемкости. Фондорентабельность увеличилась в 2015г. на 20%. В то же время следует отметить уменьшение коэффициентов фондовооруженности и фондооснащенности, компании следует более активно обновлять основные фонды.





Объем розничного товарооборота, Т, тыс. руб	560002	674355	716124	114353	41769	120%	106%
Объем однодневного розничного товарооборота, тыс. руб.	1 555,56	1 873,21	1 989,23	317,65	116,03	120%	106%
Средний запас оборотных средств, тыс. руб.	24442	30355	44312	5913	13957	124%	146%
Чистая прибыль, ПЧ, тыс. руб.	6995	6460	5645	-535	-815	92%	87%
Скорость обращения оборотных средств, об.	8413	22367	23536	13954	1169	266%	105%
Время обращения оборотных средств, дн.	15,71	16,20	22,28	0,49	6,08	103%	137%
Рентабельность оборотных средств	29%	21%	13%	-7%	-8%	74%	60%

Анализ использования оборотных средств, демонстрирует спад эффективности их использования. Несмотря на рост скорости обращения оборотных средств в 2015г. по сравнению с 2014г. на 5%, следует отметить увеличение времени их обращения с 16 дн. в 2014г. до 22 дн. в 2015г., что отрицательно сказывается на торговой деятельности ООО «Пицца орлов», данный факт подтверждает и рост товарных запасов в 2015г. на 46%.

Наблюдается также и отрицательная тенденция показателя рентабельности оборотных активов. В 2015г. на каждый рубль оборотных активов приходилось 13 коп. прибыли, в то время как в 2013г. приходилось 29 коп.

Эффективность трудовых ресурсов работников торговли оценивается по следующим показателям: производительность труда, товарооборот на 1 рубль расходов на оплату труда, прибыль на одного работника и другие.

Анализ эффективности использования труда работников торговли направлен на изучение состояния трудового потенциала, его рационального использования и оплаты труда во взаимосвязи с конечными результатами

деятельности. Такой анализ позволит разработать мотивационный механизм стимулирования труда работников [28].

В таблице 10 произведен расчет эффективности использования труда работников ООО «Пицца орлов» за 2013-2015 гг. Анализ проведен на основании данных бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, статистических данных предприятия о среднесписочной численности работников и о величине фонда заработной платы (Приложение 2, 3, 6, 7, 10 – 12, 20 - 22).

Таблица 10

Анализ эффективности использования труда работников ООО «Пицца орлов» за 2013 – 2015 гг.

показатели	Годы			Абсолютные изменения (+,-)		Относительные изменения, %	
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г. от 2013 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Объем розничного товарооборота, Т, тыс. руб	560002	674355	716124	114353	41769	120%	106%
Прибыль от продаж, тыс. руб.	11982	26409	7612	14427	-18797	220%	29%

Фонд заработной платы, тыс. руб.	29855	36721	38505	6866	1784	123%	105%
Среднесписочная численность работников, чел.	131	126	130	-5	4	96%	103%
Производительность труда, тыс. руб.	4 274,82	5 352,02	5 508,65	1 077,20	156,63	125%	103%
Товарооборот на 1 руб. расходов на оплату труда, тыс. руб.	18,76	18,36	18,60	- 0,39	0,24	98%	101%
Прибыль на одного работника, руб.	91,47	209,60	58,55	118,13	-151,04р.	229%	28%
Прибыль на 1 руб. расходов на оплату труда, тыс. руб.	0,40	0,72	0,20	0,32	- 0,52	179%	27%

Анализируя эффективность использования труда работников ООО «Пища орлов», можно отметить, что на протяжении всего исследуемого периода товарооборот на 1 руб. расходов на оплату труда в среднем составлял 18 руб., при этом прибыль от продаж на 1 руб. расходов на оплату труда, уменьшилась в 2015г. по сравнению с 2014г. на 73%.

Прибыль от продаж на одного работника в 2015г. также резко уменьшилась и составила 58,55 тыс. руб., в 2014г. она составляла 209,60 тыс. руб. Отрицательное влияние на данные показатели оказало уменьшение прибыли от продаж в 2015г. на 71%.

Четвертый блок показателей эффективности деятельности коммерческого предприятия включает анализ эффективности текущих затрат, при этом рассчитывается уровень издержек обращения, затратноотдача и рентабельность текущих затрат [27]. В таблице 11 проведен анализ эффективности текущих затрат ООО «Пища орлов» за исследуемый период. Источником информации послужили данные бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках (Приложение 2, 3, 6, 7).

Анализ эффективности текущих затрат ООО «Пища орлов»  
за 2013 – 2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-		Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014 к 2013	2015 к 2014	2014 к 2013	2015 к 2014
Товарооборот (выручка от продаж) в действующих ценах, тыс. руб.	560002	674355	716124	114353	41769	120%	106%
Издержки обращения, тыс.руб.	76705	88910	98900	12205	9990	116%	111%
Затратоотдача, тыс.руб. (Т/И)	7,30	7,58	7,24	0,28	- 0,34	104%	95%
Чистая прибыль, тыс.руб.	8413	22367	23536	13954	1169	266%	105%
Уровень издержек обращения, %	14%	13%	14%	-1%	1%	96%	105%
Рентабельность текущих затрат, %	11%	25%	24%	14%	-1%	229%	95%

Анализ эффективности текущих затрат показывает, что значение показателя затратоотдачи в течении всего исследуемого периода особо не изменялось и оставалось на уровне 7 тыс. руб., т.е. на каждый рубль затрат приходится 7 тыс. руб.

Уровень издержек обращения в 2014г. снизился на 1%, по сравнению с 2013г., но в 2015г., снова достиг значения 14%. Таким образом, издержки обращения составляют 13 – 14 % в стоимости проданной продукции.

Положительным моментом в деятельности ООО «Пища орлов», является рост рентабельности текущих затрат в 2014г. по сравнению с 2013г. В 2015г., наблюдается снижение рентабельности на 1%. Снижение произошло в следствии превышения темпов роста издержек обращения над темпами роста чистой прибыли. Таким образом, можно сказать, что в 2015г. на каждый рубль издержек обращения приходилось 24 коп. чистой прибыли.

На практике более целесообразно сочетать использование системы показателей оценки эффективности деятельности с расчетом обобщающих показателей [8, 21].

Для оценки эффективности деятельности ООО «Пицца орлов» была разработана система показателей, на основании которой были рассчитаны обобщающие показатели (табл. 12).

Таблица 12

Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности  
ООО «Пицца орлов»

Показатели	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2014 г.
Розничный товарооборот, тыс.руб.	674355	716124	106%
Валовая прибыль:			
сумма, тыс.руб	115410	106512	92%
в % к товарообороту	17%	15%	87%
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб.	10767	9408	87%
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.руб.	30355	44312	146%
Издержки обращения, тыс.руб.	88910	98900	111%
В том числе расходы на оплату труда, тыс.руб.	36721	38505	105%
Среднесписочная численность работников, чел.	126	130	103%
Производительность труда, тыс.руб.	5352,02	5508,65	103%
Среднегодовая заработная плата, тыс.руб.	291,44	296,19	102%
Показатель эффективности торгового потенциала	16,189	15,931	98%
Показатель эффективности финансовой деятельности	2,771	2,369	85%
Показатель эффективности трудовой деятельности	18,364	18,598	101%
Интегральный показатель эффективности хозяйственной деятельности	9,374	8,887	95%
Оборачиваемость оборотных средств	16,2	22,28	137%
Фондоотдача, тыс. руб.	62,63	76,12	122%
Затратоотдача, тыс. руб.	7,58	7,24	95%

В качестве обобщающей оценки эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия были рассчитаны следующие комплексные показатели:

1. *Показатель эффективности использования торгового потенциала предприятия*

$$\mathcal{E}_{\text{итп}} = \text{РТО} / [\text{ФЗП} + (\text{ОС} + \text{ОФ}) \text{К}_{\text{привед}}],$$

где  $\mathcal{E}_{\text{итп}}$  - показатель эффективности использования торгового потенциала предприятия;

РТО - розничный товароборот;

ФЗП - средства на оплату труда;

ОС - среднегодовая стоимость оборотных средств;

ОФ - среднегодовая стоимость основных средств;

$\text{К}_{\text{привед}}$  - нормативный коэффициент, равный 0,12.

Рассматриваемый показатель позволяет оценить эффективность использования экономического потенциала предприятия и сравнить имеющиеся у него ресурсы с основным конечным результатом деятельности- розничным товарооборотом. Чем выше значимость этого показателя, тем лучше выполняется предприятием его основная функция – обеспечение потребностей населения в товарах и услугах, тем эффективнее используются ресурсы предприятия.

$$2014\text{г.}: \mathcal{E}_{\text{итп}} = \frac{674355}{36721 + (30355 + 10767) \times 0,12} = 16,189$$

$$2015 \text{ г.}: \mathcal{E}_{\text{итп}} = \frac{716124}{385051 + (44312 + 9408) \times 0,12} = 15,931$$

Величина показателя эффективности использования торгового потенциала ООО «Пицца орлов» в 2015г. по сравнению с 2014г. практически не изменилась. С одной стороны можно отметить стабильность использования торгового потенциала, с другой отсутствие прогресса в расширении торгового потенциала.

## 2. Показатель эффективности финансовой деятельности

$$\mathcal{E}_{\text{фд}} = \text{ВП} / [\text{ФЗП} + (\text{ОС} + \text{ОФ}) \text{К}_{\text{привед}}],$$

где  $\mathcal{E}_{\text{фд}}$  - показатель эффективности финансовой деятельности;

ВП - сумма валовой прибыли.

С помощью этого показателя можно оценить, при каких ресурсах достигнут основной финансовый результат деятельности торгового предприятия и насколько эффективно используются эти ресурсы.

$$2014 \text{ г.: } \mathcal{E}_{\text{фд}} = \frac{115410}{36721 + (30355 + 10767) \times 0,12} = 2,771$$

$$2015 \text{ г.: } \mathcal{E}_{\text{фд}} = \frac{106512}{385051 + (44312 + 9408) \times 0,12} = 2,369$$

Как показали расчеты эффективность финансовой деятельности ООО «Пицца орлов» в 2015г. упала по сравнению с 2014г. на 15%. Отрицательное влияние на спад финансовой деятельности оказали падение товарооборота на 6%, рост фонда заработной платы на 5% и рост оборотных средств на 46%.

## 3. Показатель оценки трудовой деятельности

$$\mathcal{E}_{\text{тд}} = \text{РТО} / \text{Ч} / \text{СЗ},$$

где  $\mathcal{E}_{\text{тд}}$  - показатель эффективности трудовой деятельности;

Ч - среднесписочная численность работников;

СЗ - средняя заработная плата одного работника.

Этот показатель характеризует прирост производительности труда на 1 руб. увеличения средней заработной платы.

Показатель эффективности трудовой деятельности также может быть рассчитан как отношение объема розничного товарооборота к сумме расходов на оплату труда:

$$\mathcal{E}_{\text{тд}} = \text{РТО} / \text{ФЗП}.$$

$$2014 \text{ г.: } \mathcal{E}_{\text{тд}} = \frac{674355}{36721} = 18,364$$

$$2015\text{г.}: \mathcal{E}_{\text{ТД}} = \frac{716124}{3672138505} = 18,598$$

Анализ динамики эффективности трудовой деятельности показал прирост производительности труда работников ООО «Пицца орлов» на 1%, роста заработной платы.

4. На основании трех рассчитанных показателей может быть исчислен интегральный показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности:

$$I_{\text{ЭХД}} = \sqrt[3]{\mathcal{E}_{\text{ИТП}} \times \mathcal{E}_{\text{ФД}} \times \mathcal{E}_{\text{ТД}}},$$

где  $I_{\text{ЭХД}}$  - интегральный показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности.

Интегральный показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности целесообразно анализировать в динамике, в этом случае определяются темпы его изменения и по полученным результатам можно делать выводы о повышении или снижении эффективности всей хозяйственной деятельности торгового предприятия.

$$T_{\text{ЭХД}} = I_{\text{ЭХД.отч}} / I_{\text{ЭХД.баз}} \times 100\%,$$

где  $T_{\text{ЭХД}}$  - темп изменения интегрального показателя экономической эффективности хозяйственной деятельности, %.

Рассчитаем интегральный показатель экономической эффективности деятельности ООО «Пицца орлов» за 2014 – 2015 гг.

$$2014\text{г.}: I_{\text{ЭХД}} = \sqrt[3]{16,189 \times 2,771 \times 18,364} = 9,374$$

$$2015\text{г.}: I_{\text{ЭХД}} = \sqrt[3]{15,931 \times 2,369 \times 18,598} = 8,887$$

Как показали расчеты эффективность торговой деятельности ООО «Пицца орлов» в 2015г. снизилась на 5%. Так как при этом наблюдается рост товарооборота на 6%, а валовая прибыль уменьшилась на 8%, можно сделать



вывод, что компании следует обратить внимание на способы снижения себестоимости продукции.

*5. Показатель темпа интенсивности развития торгового предприятия.*

$$T_{\text{инт}} = (T_{\text{пт}} \times T_{\text{оос}} \times T_{\text{фо}}) / (T_{\text{фзп}} \times T_{\text{ос}} \times T_{\text{оф}}) \times 100\%,$$

где  $T_{\text{инт}}$  - темп интенсивности развития предприятия, %;

$T_{\text{пт}}$  – темп изменения производительности труда работников, %;

$T_{\text{оос}}$  – темп изменения скорости обращения оборотных средств предприятия в оборотах, %;

$T_{\text{фо}}$  – темп изменения фондоотдачи, %;

$T_{\text{фзп}}$  – темп изменения расходов на оплату труда, %;

$T_{\text{ос}}$  – темп изменения среднегодовой стоимости оборотных средств, %;

$T_{\text{оф}}$  – темп изменения среднегодовой стоимости основных средств, %.

Рассчитаем темпа интенсивности развития ООО «Пицца орлов»:

$$T_{\text{инт}} = \frac{103 \times 137 \times 122}{105 \times 146 \times 87} \times 100\% = 129\%$$

Величина показателя темпа развития ООО «Пицца орлов», свидетельствует о том, что несмотря на то, что большинство показателей характеризующих эффективность деятельности компании показывают снижение, в целом компания развивается достаточно интенсивно.

*6. Показатель темпа экономического роста предприятия.*

В процессе проведения комплексного экономического анализа необходимо изучить темпы экономического роста предприятия. Оценку уровня экономического роста предприятия можно дать на основании качественных показателей хозяйственной деятельности торгового предприятия.

$$T_{\text{эр}} = \sqrt[5]{T_{\text{пт}} \times T_{\text{оос}} \times T_{\text{фо}} \times T_{\text{зо}} \times T_{\text{ур}}},$$

где  $T_{\text{эр}}$  – обобщающий темп экономического роста предприятия;

$T_{\text{пт}}$  – темп изменения производительности труда;

$T_{\text{оос}}$  – темп изменения скорости оборачиваемости оборотных средств;

$T_{\text{фо}}$  – темп изменения фондоотдачи основных фондов;

$T_{30}$  – темп изменения затратоотдачи;

$T_{ур}$  – темп изменения уровня рентабельности.

Расчет показателя темпа экономического роста ООО «Пицца орлов» подтверждает выше сделанный вывод, экономический рост составил 7%.

$$T_{эп} = \sqrt[5]{103 \times 137 \times 122 \times 95 \times 87} = 107\%.$$

То есть наблюдается тенденция к дальнейшему росту и развитию данного предприятия.

Таким образом, проведенный анализ коммерческой деятельности ООО «Пицца орлов», позволяет констатировать, что несмотря на спад некоторых коэффициентов за исследуемый период, темп интенсивности развития составляет 29%, экономический рост составил 7%. Компания владеет в достаточном объеме всеми видами ресурсов необходимыми для дальнейшего роста и развития.

### **2.3. Анализ товарооборота как одного из основных показателей развития торгового предприятия**

Основным из главных экономических показателей коммерческой деятельности предприятия торговли является товарооборот.

Розничный товарооборот – это реализация товаров непосредственно конечным потребителем с целью личного потребления. В этом случае процесс товародвижения завершается и из сферы товарного обращения переходит в сферу потребления. Этот переход осуществляется посредством купли-продажи товаров в основном за наличные деньги.

Как экономический показатель розничный товарооборот характеризует величину товарной массы (в денежном выражении), переходящий в сферу личного потребления, и отражает, с одной стороны, выручку сферы торговли, а с другой – расходы покупателей на приобретение товаров [37].

На показатель товарооборота оказывают влияния различные факторы связанные с обеспечением товарными ресурсами и их использованием, с

использованием основных средств, численность работников, изменение цен и другие.

Прежде чем проводить факторный анализ товарооборота компании ООО «Пища орлов», дадим общую характеристику товарооборота в динамике, для этого составим аналитическую таблицу 13, на основании данных отчета о прибылях и убытках, анализа сч. 41 «Товары», официальных данных Росстата об индексе потребительских цена на мясо и птицу.

Анализируя динамику показателей товарооборота ООО «Пища орлов» можно сделать вывод, что все показатели, кроме скорости товарооборота увеличились. При этом, если рост различных показателей объема товарооборота является положительной динамикой, то увеличение времени обращения товаров и снижение скорости товарооборота является негативной тенденцией, так как замедляется превращения вложенных средств в товары в денежные средства компании.

Таблица 13

## Анализ товарооборота ООО «Пища орлов» за 2014 – 2015 гг.

Показатель	2014 год	2015 год	Абсолютное отклонение (+/-)	Темп роста, %
Объем товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах, (Т) тыс.руб.	674 355	716124	41 769	106%
Объем товарооборота в стоимостном выражении в сопоставляемых ценах*, тыс. руб.	569 557	607399	37 842	107%
Среднегодовая величина товарного запаса, тыс. руб. (ТЗ)	6552	8170	1 618	125%
Однодневный объем товарооборота, тыс. руб. (О <sub>т</sub> )	1848	1962	114	106%
Объем товарооборота в расчете на одного работника, тыс. руб.	5352	5509	157	103%
в том числе работника торговой группы, тыс. руб.	6677	6820	143	102%
Время обращения товаров, (ТЗ/О <sub>т</sub> ), дн.	3,5	4,2	1	120%
Скорость товарооборота, об. (Т/ТЗ)	103	87,7	-15	85%

\* При расчете индекса цен были использованы статистические данные на мясную продукцию, Росстата, индекса потребительских цена на мясо и птицу в 2014 году по сравнению с 2013 годом составил 1,184, в 2015 г. по сравнению с 2014г. – 1,179 [42].

В качестве положительной динамики можно отметить рост эффективности работы сотрудников компании, это отражается в увеличении объема товарооборота в расчете на одного сотрудника компании, в том числе на сотрудника торговой группы.

Рост объема товарооборота в стоимостном выражении в сопоставляемых ценах свидетельствует об увеличении физического объема реализации, то есть наблюдается увеличение удовлетворенного спроса на продукцию компании.

Снижение скорости оборачиваемости товаров свидетельствует о затоваривании на складе компании, для того, чтобы этого не происходило необходимо пересмотреть структуру запасов компании, увеличить долю быстрооборачиваемой продукции и снизить долю товара с низким спросом.

Учитывая то, что ООО «Пицца орлов» реализует товар через розничную сеть мясных лавок «Мясная лавка Ясные Зори», необходимо провести оценку эффективности продаж в разрезе каждой торговой точки. В таблице 14 проведен сравнительный анализ эффективности продаж торговых точек компании. Таблица составлена на основании аналитических данных о доходах и расходах в разрезе торговых точек (Приложение 23, 24).

В таблице выделены торговые точки, которые принесли убыток в анализируемом периоде. Если в 2014 году насчитывалось семь убыточных торговых точек, то в 2015 году их количество сократилось до пяти, при этом у четырех из них наблюдается снижение убыточности, следовательно, реализацию через эти торговые точки целесообразно продолжать с учетом выбранной стратегии. Одна из торговых точек показала убыточность как в 2014 году, так и в 2015 году, при этом убыточность увеличивается значительными темпами, следовательно, данную торговую точку целесообразно перенести из настоящего местоположения в более выгодное. Для этого необходим более глубокий анализ рынка области, чтобы выбрать новое местоположение торговой точки компании.

## Анализ эффективности продаж ООО «Пицца орлов» по точкам продаж

Подразделение	2014 год			2015 год			Темп роста рентабельности, %
	выручка	прибыль от продаж	рентабельность продаж	выручка	прибыль от продаж	рентабельность продаж	
АТТ 3101	23148	1451	6,27	25725	1575	6,12	97,68
АТТ 3102	27886	1929	6,92	32776	2498	7,62	110,18
АТТ 3103	30396	2329	7,66	32248	2336	7,24	94,54
АТТ 3104	21550	1270	5,89	20516	914	4,46	75,59
АТТ 3105	53710	5129	9,55	63571	5880	9,25	96,85
АТТ 3106	41117	3672	8,93	45059	3991	8,86	99,20
АТТ 3107	24948	1071	4,29	26399	1131	4,28	99,80
АТТ 3108	22306	914	4,10	21944	773	3,52	85,98
АТТ 3109	9235	-600	-6,49	10640	-469	-4,41	67,96
АТТ 3110	36685	2828	7,71	36655	2507	6,84	88,71
АТТ 3111	48285	3803	7,88	53557	4078	7,61	96,66
АТТ 3112	12263	-568	-4,63	13749	-561	-4,08	88,01
АТТ 3113	33953	2697	7,94	36528	2587	7,08	89,16
АТТ 3114	25755	1701	6,60	28596	1978	6,92	104,75
АТТ 3115	26319	1605	6,10	30715	2068	6,73	110,37
АТТ 3116	16771	243	1,45	23732	1211	5,10	352,90
АТТ 3117	26194	1453	5,55	27780	1488	5,36	96,62
АТТ 3118	29132	2270	7,79	28939	1510	5,22	66,99
АТТ 3119	24551	864	3,52	29475	1452	4,92	139,91
АТТ 3120	13670	73	0,54	16445	237	1,44	268,32
АТТ 3121	47930	1969	4,11	59641	3281	5,50	133,86
АТТ 3122	1722	-1448	-84,11	11364	-416	-3,66	4,35
АТТ 3123	8117	-874	-10,77	21375	780	3,65	-33,89
АТТ 3124	781	-2560	-327,68	452	-2541	-562,48	171,65
АТТ 3125	6007	-1429	-23,80	25850	809	3,13	-13,15
АТТ 3126	4603	-2055	-44,64	18820	-2043	-10,85	24,31

На объем розничного товарооборота, его структуру и равномерность выполнения плана влияют многие факторы. При анализе товарооборота необходимо не только знать, но и оценивать их влияние, что позволяет выявить резервы дальнейшего увеличения товарооборота и улучшения качества обслуживания населения, более эффективного ведения хозяйствования.

Для удобства расчетов все факторы объединены в три группы:

- факторы, связанные с обеспечением товарными ресурсами и их использованием;
- факторы, связанные с использованием основных средств;
- факторы, связанные с численностью работников, организацией и производительностью труда.

Кроме того, на объем розничного товарооборота значительное влияние оказывает изменение цен.

В таблице 13 был рассчитан объем товарооборота в стоимостном выражении в сопоставляемых ценах в 2015 году, он составил – 607399 тыс. руб.

Следовательно, изменение товарооборота за счет роста цен составило:

$\Delta TO (\text{цены}) = TO_{\text{в тек. ценах}} - TO_{\text{в сопост. ценах}} = 716124 - 607399 = +108\,725$  тыс. руб.

$\Delta TO (\text{других факторов}) = TO_{\text{в сопост. ценах}} - TO_{2014} = 607\,399 - 569\,557 = +37\,842$  тыс. руб.

Как видим, за счет ценового фактора товарооборот увеличился на 108 725 тыс. руб., что значительно больше, чем увеличение товарооборота за счет влияния прочих факторов (трудовых, товарных и др.). Несмотря на это, при факторном анализе товарооборота нельзя не учитывать неценовые факторы.

К факторам, связанным с обеспечением товарными ресурсами и их использованием, относятся: поступление товаров (П), запасы товаров на начало и конец отчетного периода (Зн и Зк) и прочее выбытие товаров (В). Изменение каждого из них отражается на сумме реализации (Р). Эту зависимость можно выразить формулой (1):

$$P = Z_n + П - В - Z_k \quad (1)$$

Определяя влияние этих показателей, исходят из предположения, что в торговую сеть поступают товары доброкачественные, нужного ассортимента и в нужных количествах [13, 41].

Определим, каким образом повлияли на товарооборот ООО «Пища орлов» факторы, связанные с товарным обеспечением, для этого составим аналитическую таблицу 15.

Таблица 15

Расчет влияния на товарооборот ООО «Пища орлов» факторов, связанных с товарным обеспечением за 2015 год

Показатели	2014 год	2015 г.	Изменение (+,-)	Влияние на товарооборот
Запасы на начало года, тыс.руб.	6386	8655	+ 2269	+ 2269
Розничный товарооборот, тыс.руб.	674 355	716124	+ 41769	+ 41769
Прочий расход, тыс.руб.	0	0	0	0
Поступление, тыс.руб.	676 624	717444	+ 40820	+ 40820
Запасы на конец года, тыс.руб.	8655	9975	+ 1320	- 1320

Как следует из таблицы 15, увеличение запасов на конец года оказывает отрицательное влияние на товарооборот в размере 1 320 тыс.руб. Увеличение поступления товаров оказало положительное влияние на товарооборот в размере 40 820 тыс. руб., также положительное влияние оказал рост запасов на начало года на 2 269 тыс.руб.

Наибольшее влияние на объем розничного товарооборота оказало поступление товаров в розничную сеть, следовательно, в этом направлении и следует искать резервы роста товарооборота.

Ко второй группе факторов, влияющих на объем розничного товарооборота, относят факторы, связанные с использованием основных фондов: торговая площадь и товарооборот на 1м.кв., т.е. эффективность использования торговой площади. В таблице 16 рассмотрено влияние этих факторов на изменение розничного товарооборота ООО «Пицца орлов».

Таблица 16

Расчет влияния на товарооборот ООО «Пицца орлов» факторов, связанных с использованием основных фондов в 2015 году

Показатели	2014 год	2015 год	Изменение (+,-)	Расчет влияния факторов	Влияние на товарооборот
Розничный товарооборот, тыс. руб.	674 355	716124	+ 41769	-	+ 41769
Торговая площадь, м.кв.	2230,16	2451,1	220,94	$220,94 \times 302,37$	+ 66805
Товарооборот на 1 м.кв., тыс. руб.	302,37	292,16	- 10,21	$-10,21 \times 2451,1$	- 25 036

Исходя из расчетов, произведенных в таблице 16 видно, что увеличение торговой площади за анализируемый период на  $220,94\text{м}^2$  позволила увеличить

товарооборот на 66 805 тыс. руб. В то же время не эффективное использование торговых площадей оказало отрицательное влияние на рост товарооборота в размере – 25 036 тыс.руб. Следовательно, в целях дальнейшего увеличения товарооборота необходимо больше внимания уделять не только расширению торговых площадей, а и повышению эффективности их использования, что может быть достигнуто правильной выкладкой товаров, внедрением самообслуживания в магазинах и т.п.

К третьей группе факторов, оказывающих влияние на розничный товарооборот, относятся трудовые факторы: среднесписочная численность работников, производительность труда (или средний товарооборот на одного работника). Но перед тем, как перейти к расчету влияния этих факторов необходимо абстрагироваться от влияния ценового фактора, т.е. использовать розничный товарооборот в сопоставимых ценах (Таблица 17).

Таблица 17

Расчет влияния трудовых факторов на товарооборот ООО «Пища орлов» в 2015 году

Показатели	2014 год	2015 год	Отклонение (+, -)	Влияние на товарооборот
Розничный товарооборот, тыс. руб.	674 355	716124	41 769	-
Розничный товарооборот в сопоставимых ценах (ТО <sub>в сопост. ценах</sub> ), тыс. руб.	569 557	607399	37 842	37 842
Среднесписочная численность торговых работников (Ч), чел	101	105	+ 4	+ 22 847,84
Производительность труда (ПТ), тыс. руб.	5639,17	5784,75	145,58	+ 14 994,74

Влияние факторов на товарооборот было рассчитано по следующим формулам:

$$\Delta TO (\Delta Ч) = \Delta Ч \times (ПТ_1 + ПТ_0) / 2 = 4 \times (5784,75 + 5639,17) / 2 = + 22847,84 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta TO (\Delta ПТ) = \Delta ПТ \times (Ч_1 + Ч_0) / 2 = 145,58 \times (101 + 105) = + 14 994,74 \text{ тыс. руб.}$$



Как видно из таблицы 17, товарооборот в 2015 году увеличился за счет роста среднесписочной численности торговых работников на 22 847,84 тыс. руб., и за счет увеличения производительности труда на 145,58 тыс. руб. товарооборот вырос на 14 994,74 тыс. руб. Следовательно, увеличение численности торговых работников и рост производительности труда можно рассматривать как пути дальнейшего увеличения розничного товарооборота.

Обобщим результаты проведенного факторного анализа на розничный товарооборот ООО «Пицца орлов» в виде следующей таблицы.

Таблица 17-А

Оценка влияния факторов на розничный товарооборот ООО «Пицца орлов» в 2015 году

Факторы, оказавшие на изменение товарооборота влияние:	
(+) положительное	(-) отрицательное
Рост цен	
Увеличение поступления товаров	Увеличение товарных запасов на конец отчетного периода
Увеличение запасов на начало года	
Повышение производительности труда торговых работников	Уменьшение эффективности использования торговых площадей
Увеличение торговой площади	
Увеличение численности работников	

Выявленная при анализе взаимосвязь между объемом товарооборота и каждым из показателей дает возможность установить, какие конкретно материальные, трудовые и финансовые ресурсы необходимы ООО «Пицца орлов» для выполнения запланированного объема товарооборота, а также выявить излишние и недостающие резервы и принять необходимые меры для их уменьшения или увеличения, что будет способствовать росту товарооборота и повышению эффективности деятельности ООО «Пицца орлов».

### **3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

#### **3.1. Направления повышения эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия**

Для успешного развития и достижения высоких финансовых результатов предприятию необходимо повышать эффективность коммерческой деятельности.

Основными направлениями повышения эффективности коммерческой деятельности в сфере торговли можно назвать следующие десять.

1. Повышение эффективности коммерческой деятельности по закупкам товаров. Эффективность коммерческой деятельности по закупкам товаров в большей степени зависит от правильного выбора поставщиков, так как успех торгового предприятия во многом определяется тем, насколько организованно поставщики выполняют присущие им функции. В связи с этим основой успешной деятельности и создания стабильной базы товароснабжения торгового предприятия является выбор надежного поставщика.

Существует много условий, определяющих выбор поставщиков при закупках товаров. Этим условиям следует придерживаться при осуществлении коммерческой деятельности:

а) степень надежности поставщика, а именно его добросовестность при исполнении принятых на себя обязательств;

б) финансовое положение поставщика, т. е. его платежеспособность, а также способность выполнять принятые на себя обязательства;

в) ассортимент, размер и сроки поставки: в какой степени предлагаемый ассортимент способен удовлетворять потребности покупателей, в состоянии ли поставщик осуществлять отгрузку партий товаров нужного размера и в требуемые сроки;

г) ценовой фактор и порядок оплаты: средний уровень цен, частота изменения цен, наличие скидок, отсрочка платежа;

д) месторасположение: в первую очередь внимание акцентируется на близко расположенных поставщиках, что позволит сократить транспортные расходы.

С учетом вида и масштабов деятельности, финансового положения и ряда других факторов каждое торговое предприятие определяет для себя приоритетные критерии выбора поставщиков.

Одно из направлений повышения эффективности коммерческой деятельности по закупке товаров — применение логистической концепции «сделать или купить», которая дает возможность принять альтернативное решение:

а) самостоятельно формировать товарный ассортимент путем закупки продукции у изготовителя;

б) закупать товары у посредника, специализирующегося на разукрупнении производственных партий, формировании достаточно широкого торгового ассортимента и поставках его в скомплектованном виде.

Значительную роль играет также число звеньев в цепи товародвижения. Считается, что наиболее выгодно закупать товары у производителя, поскольку в данном случае можно установить более высокий размер торговой надбавки, причем цена товара будет ниже в сравнении с ценами фирм, закупающих товары у посредников. Но это не всегда целесообразно, так как закупка товаров у изготовителя может быть связана с существенными затратами, например, транспортные расходы могут привести к значительному росту цен, в результате чего товары станут неконкурентоспособными. Следовательно, необходимо проводить тщательный анализ поставщиков и выбирать тех, у кого наиболее выгодные условия для торговой фирмы.

2. Повышение эффективности коммерческой деятельности по формированию товарного ассортимента. Увеличить результативность коммерческой деятельности предприятия торговли можно за счет расширения и

углубления ассортимента. Но сначала необходимо исследовать покупательский спрос, желание и готовность потребителей приобретать данную продукцию.

Учитывая специфику деятельности торговой фирмы, считается целесообразным формирование более узкого, но глубокого товарного ассортимента, замена морально устаревшей, неходовой продукции новой.

Ассортимент товаров предприятия торговли должен отвечать ожиданиям покупателей конкретного рынка. Именно торговый ассортимент превращается в ключевой фактор конкурентной борьбы между подобными родами предприятий торговли [22].

3. Повышение эффективности коммерческой деятельности по управлению товарными запасами. Для обеспечения эффективной коммерческой деятельности, связанной с управлением товарными запасами, рационально применять логистические принципы (к примеру, анализ ABC, систему поставок «Точно в срок»). Особенно это актуально при расчете потребности в товарах и применении различных систем контроля над состоянием запасов (системы оперативного управления, равномерной поставки, пополнения запаса до максимального уровня и др.).

Анализ ABC позволяет сократить количество перемещений на складе и величину товарных запасов, а также увеличить эффективность управления ими.

Применение системы «Точно в срок» дает возможность торговому предприятию резко сократить товарные запасы, потребность в складских помещениях и в персонале.

Таким образом, эффективное управление товарными запасами торгового предприятия позволяет минимизировать расходы на транспортировку и хранение продукции [37].

4. Повышение эффективности коммерческой деятельности по использованию материально-технической базы. Предприятие торговли должно стремиться к росту эффективности использования основных фондов, что приведет к повышению доходов и, как следствие, к увеличению рентабельности. Поэтому одной из основных задач торгового предприятия

должна стать задача максимальной эффективности основных средств. Помимо этого, при эффективном использовании основных средств сокращается потребность в них, что приводит к экономии, т. е. уменьшению затрат, а это, в свою очередь, воздействует на рост результативности коммерческой деятельности.

В процессе реализации товаров эксплуатируемые основные средства физически изнашиваются и морально устаревают. Для роста эффективности использования основных фондов и сокращения степени их износа можно применять следующие направления:

- а) рост сменности работы оборудования;
- б) повышение степени использования мощности оборудования;
- в) увеличение уровня организации ухода за основными фондами;
- г) своевременный капитальный ремонт;
- д) увеличение трудовой дисциплины и т. д.

Перечисленные выше мероприятия нацелены на увеличение эффективности использования основных фондов, которые являются важнейшим элементом любого предприятия торговли [23].

5. Повышение эффективности коммерческой деятельности по управлению оборотными средствами. Возможные пути ускорения оборачиваемости оборотных средств торгового предприятия находятся в зависимости от двух факторов: объема товарооборота и величины оборотных средств. Для ускорения оборачиваемости оборотных средств необходимо:

- а) рационализировать товародвижение и нормализовать процесс размещения оборотных средств;
- б) ритмично и в полном объеме выполнять планы коммерческой деятельности;
- в) улучшать организацию торговли, внедрять прогрессивные формы и методы продажи;
- г) упорядочить сбор и хранение порожней тары, ускорять возврат тары поставщикам и сдачу тарособирающим предприятиям;

- д) оптимизировать расчеты с поставщиками и покупателями;
- е) улучшать претензионную работу;
- ж) ускорять оборачиваемость денежных средств посредством улучшения инкассации торговой выручки, строгого лимитирования остатков денежных средств в кассе торгового предприятия, в пути, на расчетном счете в банке;
- з) не допускать наличия дебиторской задолженности;
- и) свести к минимуму запасы хозяйственных материалов, малоценных и быстроизнашивающихся предметов, инвентаря, специальной одежды на складе, сократить расходы будущих периодов.

Таким образом, эффективность использования оборотных средств торговых предприятий в наибольшей степени зависит от умения управлять ими.

Особое внимание стоит уделить выявлению причин отклонений по каждому виду оборотных активов и выработке направлений их оптимизации. Увеличение товарных запасов может произойти из-за ошибок в организации торговой и маркетинговой деятельности.

Значительные остатки денежных средств в кассе и в пути возникают по причине неритмичного развития розничного товарооборота, несвоевременной сдачи выручки в банковское учреждение и др. Наличие сверхнормативных остатков прочих товарно-материальных ценностей объясняется приобретением излишнего сырья, материалов, топлива и других материальных ценностей. Нормализация остатков товаров и денежных средств в кассе и в пути позволяет розничному товарообороту развиваться ритмично. Остатки порожней тары можно минимизировать посредством своевременного ее возврата поставщикам, ускорения сдачи тарособирающим предприятиям, организации централизованного вывоза тары.

На счетах в банковском учреждении следует хранить минимально необходимую величину денежных средств, а временно свободные денежные средства подлежат перечислению для досрочного погашения полученных кредитов либо вложению в ценные бумаги.

6. Достичь высоких экономических результатов деятельности торгового предприятия возможно путем достижения высокой эффективности использования трудовых ресурсов предприятия. Здесь важную роль занимает уровень производительности труда, так как он является одним из самых наглядных и объективных показателей, определяющих рациональность использования трудовых ресурсов.

К основным направлениям повышения эффективности использования трудовых ресурсов можно отнести:

- заинтересованность торговых предприятий в повышении квалификации, профессионального уровня торговых работников. При установлении более высокой квалификации или продвижении по работе учитываются успешное прохождение торговыми работниками профессионального обучения и получение ими высшего или среднего специального образования, что позволяет более квалифицированному продавцу решать сложные вопросы;
- организация рационального использования труда торговых работников;
- степень оснащения рабочих мест торговых сотрудников;
- материальное вознаграждение;
- формирование у торговых работников заинтересованности в успехе торгового предприятия;
- социальные льготы, моральные поощрения, гуманитарные стимулы к труду и т. д.

7. Повышение эффективности коммерческой деятельности путем снижения издержек обращения. Издержки обращения существенно влияют на конечные результаты коммерческой деятельности. Уровень издержек обращения определяет величину основных показателей финансовых результатов, а именно прибыли и рентабельности. Сокращение издержек обращения (без ущерба качеству торгового обслуживания) позволяет увеличить

эффективность коммерческой деятельности торгового предприятия и повысить степень доверия со стороны контрагентов и покупателей.

Основные направления снижения издержек обращения в торговом предприятии:

- ускорение товарооборачиваемости;
- улучшение организации торговли и рост товарооборота;
- повышение производительности труда;
- сокращение посреднических звеньев;
- повышение эффективности использования основных фондов и др.

Экономия издержек обращения выступает в качестве одного из первостепенных резервов роста прибыли и обеспечения благоприятных условий для самофинансирования торговых предприятий.

Поскольку экономия издержек обращения не должна отрицательно сказываться на качестве обслуживания покупателей, то все осуществляемые мероприятия по сокращению затрат не должны касаться тех статей расходов, которые так или иначе связаны с процессом обслуживания потребителей.

8. Повышению эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия способствует и правильно выбранный метод продаж. Продажа товаров методом самообслуживания — один из самых удобных для покупателей способов продажи товаров. Самообслуживание дает возможность ускорить операции по реализации товаров, повысить пропускную способность предприятия торговли, увеличить объем реализации товаров. Метод предполагает свободный доступ покупателей к представленным в торговом зале товарам, возможность индивидуально осматривать и отбирать их без участия продавца.

Поэтому торговые предприятия должны применять как можно шире этот метод продажи товаров. Однако при самообслуживании происходит смена технологической планировки торгового зала и других помещений предприятия торговли.



9. В настоящее время образ компании является важной составной частью его эффективности и конкурентоспособности. Каждое торговое предприятие стремится создать свой образ с целью привлечения как можно большего числа потенциальных клиентов, которые в последующем могут стать постоянными покупателями.

Первое впечатление о торговом предприятии складывается у покупателя еще до входа в магазин, и здесь основное воздействие на восприятие потребителя оказывает экстерьер, который включает не только оформление фасада здания, но и прилегающих к магазину участков (например, дорожки, парковка, озеленение и др.). Также покупателя привлекают дизайн торгового зала, оформление витрин и дружелюбная атмосфера, царящая в нем.

Таким образом, при оформлении торгового зала необходимо иметь в виду основную задачу: создание максимально благоприятных условий для демонстрации товаров.

10. В современных условиях предприятие торговли не может результативно осуществлять коммерческую деятельность без рекламы, которая является двигателем торговли. С помощью рекламы поддерживается обратная связь с рынком и покупателем, что дает возможность контролировать продвижение продукции на рынке, создавать у потребителя систему предпочтений к рекламируемым объектам, корректировать сбытовую деятельность. Благодаря возможностям воздействия на покупателя реклама способствует, с одной стороны, формированию покупательского спроса, а с другой стороны, управлению им [44].

Применение рассмотренных выше направлений, способствующих росту эффективности коммерческой деятельности, определяется внутренними и внешними условиями, в которых функционирует торговое предприятие.

### **3.1. Оценка эффективности торговой деятельности ООО «Пища орлов»**

Основными участниками коммерческой деятельности являются не только предпринимательские структуры, но и потребители. Это утверждение основано на том, что для предпринимателей важнейшим фактором при заключении сделок является доход (экономическая выгода), а для потребителей выгодой является нужный ему товар (услуга), если он в большей степени удовлетворяет его потребности (потребительские интересы). Потребитель – не пассивный покупатель, а полноправный участник коммерческой деятельности, ее регулятор. Таким образом, важнейшим субъектом деловых отношений между поставщиками товаров и розничным звеном является именно потребитель.

С целью изучения покупательского спроса были сформулированы следующие задачи:

- описать аудиторию торговых точек сети магазинов «Ясные Зори» по социально - демографическим и поведенческим переменным признакам;
- определить количество уникальных посетителей.

Исходя из цели исследования, было решено остановить выбор на таком методе мирового исследования, как анкетный опрос покупателей.

Для его проведения были разработаны анкеты, включающие 8 вопросов по следующей тематике:

- о частоте, величине покупок;
- о посещении конкурентов;
- об удобстве расположения супермаркетов;
- о демографических характеристиках потребителей и др.

Репрезентативность выборки для опроса обеспечивалась методом случайного отбора. Интервьюеры опрашивали в разное время дня каждого пятого покупателя. Место проведения опроса - торговые точки сети «Ясные Зори». Анкета приведена в приложении 25.

В результате проведенного исследования были сформулированы следующие выводы и рекомендации:

- основная масса покупателей - это покупатели в возрасте 23 - 60 лет, имеющие доход до 20 тысяч рублей в месяц;
- 65% покупателей совершают более половины покупок мясной продукции в торговых точках сети «Ясные Зори», что говорит об удовлетворении ассортиментом большинства покупателей;
- для жителей многих районов торговые точки расположены вблизи их места жительства, или рядом с работой, для некоторых – торговые точки являются транзитным, то есть эти покупатели, посещают торговую точку, проезжая мимо на машинах.

Рассмотрим особенности закупочной деятельности в ООО «Пицца орлов»

Работа по закупкам товаров является основной коммерческой деятельностью в ООО «Пицца орлов». Правильно организованные закупки дают возможность сформировать оптимальный ассортимент для снабжения организаций-покупателей, осуществлять воздействие на производителей товаров в соответствии с требованиями покупательского спроса, а также обеспечивать эффективную работу торговой организации [3].

Завоз товаров в торговые точки ООО «Пицца орлов» осуществляется на основании заявки, которая составляется товароведом в двух экземплярах.

Поступление товаров от поставщиков производится на основании заключенных между поставщиками и покупателями хозяйственных договоров. В договорах, заключаемых между поставщиками и покупателями, оговариваются: виды поставляемых товаров, коммерческие условия поставки, количественные и стоимостные показатели товаров, сроки исполнения договоров, порядок расчетов, а также ответственность сторон за ненадлежащее исполнение договора (Приложение 26).

Основными документами, на основании которых поступают товары, являются счета-фактуры, универсальный передаточный документ, товарно-транспортная накладная и торгово-закупочные акты (Приложение 27).

Важной составляющей коммерческой работы по розничным закупкам товаров в исследуемой организации является выявление и изучение поставщиков товаров.

Наиболее часто используемые источники информации о поставщиках в ООО «Пища орлов» являются:

- реклама в средствах массовой информации;
- контакты с представителями производителей, которые сами приезжают в ООО «Пища орлов»;
- предложения поставщиков, направляемые посредством телефонной связи;
- коммерческая информация, размещаемая на сайтах сети Интернет.

Поступающая информация о потребностях и поставщиках позволяет формировать банк данных, который необходимо проанализировать на основании специальных критериев, позволяющих осуществить отбор приемлемых поставщиков. Количество специальных критериев может варьироваться от одного до нескольких десятков. Всё зависит от самой организации.

В ООО «Пища орлов», используют следующие критерии выбора поставщика товаров: цена, качество, условия поставки и надёжность партнеров. При получении одинаковых критериев у нескольких поставщиков для выявления наиболее выгодных условий поставок в ООО «Пища орлов» используются дополнительные критерии:

- финансовое положение поставщика;
- цена за единицу товара;
- наличие резервных мощностей;
- сроки выполнения экстренных заказов;
- организация управления качеством;
- удалённость поставщика от организации.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми проводится работа по заключению договорных отношений. ООО «Пища орлов» работает более чем с 200 поставщиками (Приложение 28).

В таблице 18 представлен анализ рейтинга поставщиков с наибольшим объемом поставок (Приложение 28). В качестве критериев выбора поставщика были рассмотрены цена товара, качество товаров, условия платежа, надежность поставки, возможность внеплановых поставок.

Таблица 18

## Расчет рейтинга поставщика ООО «Малинов Яр»

Критерий выбора поставщика	Удельный вес критерия	Оценка критерия по десятибалльной шкале у данного поставщика	Произведение удельного веса критерия на оценку
1. Цена	0,3	10	3,0
2. Качество товара	0,3	9	2,7
3. Условия платежа	0,1	10	1,0
4. Надежность поставки	0,2	10	2,0
5. Возможность внеплановых поставок	0,1	9	0,9
Итого	1,0	-	9,6

ООО «Малинов Яр», является постоянным и надежным поставщиком мясной продукции в торговые точки ООО «Пища орлов». Только за 2015г. компанией ООО «Малинов Яр» было поставлено мясной продукции в торговые точки ООО «Пища орлов» на сумму – 623 882 664,92 руб. (Приложение 28).

При выборе поставщика ООО «Пища орлов» применяет систему балльной оценки: 4 балла – по данному критерию поставщик полностью удовлетворяет требованиям покупателя; 3 балла – поставщик в основном соответствует требованиям покупателя; 2 балла – частичное удовлетворение требований

покупателя по данному критерию; 1 балл – полная неприемлемость поставщика для предприятия покупателя.

В таблице 19 приведен анализ выбора поставщиков по бальной системе, в качестве примера были рассмотрены поставщики с наибольшими объемами поставок.

Из таблицы 19 следует, что наиболее приемлемые условия поставки предлагает ООО «Малинов Яр». ООО «Добрыня - продукт» уступает только по условиям поставок, а ООО «Молоко» по условиям оплаты, по остальным параметрам эти поставщики находятся на одинаковом уровне с ООО «Малинов Яр». Наименьше количество баллов приходится на ТД ООО «Агропром - Инвест», данное предприятие предлагает оптимальные цены на продукцию и приемлемые условия поставки, но по другим параметрам уступает выше названным поставщикам. Не полное соответствие параметров требованиям ООО «Пицца орлов», объясняет сравнительно небольшие торговые обороты с ТД ООО «Агропром - Инвест», по сравнению с другими поставщиками.

Таблица 19

## Анализ бальной методики выбора поставщика ООО «Пицца орлов»

Наименование предприятия	Цена за ед.	Условия оплаты	Минимальная норма отгрузки	Периодичность поставки	Условия поставки	Сумма баллов
ООО «Малинов Яр», г.Белгород, ул. Попова, 39	4	4	4	4	4	20
ООО «Бакалея» г.Белгород, ул.Везельская, д.109	3	3	4	4	3	17
ООО «Добрыня - продукт», г.Белгород, ул. Н. Чумичева, д.124	4	4	4	4	3	19
ООО «Молоко», г.Белгород, ул. Ворошилова, д. 2 А	4	3	4	4	4	19
ООО «Агропром - Инвест», г.Белгород, ул. Транспортная, д.8	4	3	3	2	4	16

Формирование ассортимента в торговых точках ООО «Пицца орлов» базируется на следующих принципах.

1. Обеспечение соответствия ассортимента товаров характеру спроса, предъявляемого избранными для обслуживания контингентами покупателей.

В целом ассортимент товаров, реализуемый через торговых точек ООО «Пища орлов», складывается из следующих товарных групп:

- мясная продукция (главная группа), в среднем - 95%;
- сторонние товары, в среднем - 5%.

2. Рациональное построение ассортимента товаров.

Как уже было отмечено выше торговые точки ООО «Пища орлов», специализируются на продаже мясной продукции. Причем ассортимент продукции достаточно широк. Он включает мясо цыпленка – бройлера (тушка цыпленка, полуфабрикаты, субпродукты, полуфабрикаты в маринадах со специями, замороженная продукция и пр.), мясо утки (тушка утки потрошенная, полуфабрикаты, субпродукты и пр.), мясо говядины (порционные полуфабрикаты, рубленные полуфабрикаты, субпродукты), мясо свинины (полуфабрикаты, порционные полуфабрикаты, рубленные полуфабрикаты, субпродукты и пр.), колбасные изделия (варенные колбасные изделия, варено-копченые, полукопченые и пр.). Полный ассортимент реализуемой ООО «Пища орлов» мясной продукции представлен в приложении 29 – 34. В целом, широта товарной номенклатуры компании насчитывает шесть ассортиментных групп.

На основании аналитических данных ООО «Пища орлов», в таблице 20 проведен анализ динамики структуры ассортимента реализуемой продукции.

Таблица 20

Динамика структуры ассортимента продукции ООО «Пища орлов» за 2014 – 2015 гг.

Показатели	2014 год	2015 год	Изменение	
			процентных пунктов	темпа роста, %
Сторонний товар	5,50	4,24	-1,26	77,07
Птица нефиксированный вес	42,45	44,60	2,15	105,06
Колбасные изделия	34,03	38,72	4,69	113,78
Мясо утки	1,46	2,87	1,41	197,01
Мясо свинины	15,57	9,58	-6,00	61,49
Мясо птицы	0,56	0,00	-0,56	-
Мясо говядины	0,43	0,00	-0,43	-

Всего розничный товароборот	100,00	100,00	x	x
-----------------------------	--------	--------	---	---

Из таблицы следует, что наибольшую долю в структуре по-прежнему занимают такие группы как птица нефиксированный вес и колбасные изделия, причем их доля увеличивается в 2015 г. Значительно увеличивается доля мяса утки, а доля мяса свинины, напротив, сокращается.

Ассортимент по перечисленным группам составляется исходя из изучения спроса покупателей.

### 3. Обеспечение глубины ассортимента.

Глубина ассортимента продукции ООО «Пища орлов» достаточно широкая. Все группы продукции представлены разнообразными видами (Приложение 29 - 34). Глубина ассортимента характеризуется количеством позиций в каждой ассортиментной группе.

В таблице 21 отражена товарная номенклатура ООО «Пища орлов».

Таблица 21

#### Товарная номенклатура ООО «Пища орлов» за 2014 – 2015 гг.

Ассортиментная группа	Количество позиций в группе		Изменение
	2014 год	2015 год	
Колбасные изделия	70	72	+ 2
Мясо говядины	5	22	+ 17
Мясо птицы	1	1	0
Мясо свинины	57	58	+ 1
Мясо утки	10	30	+2 0
Птица нефиксированный вес	85	102	+ 17

Как видно из таблицы глубина ассортимента продукции в 2015г. по сравнению с 2014г. выросла практически по всем позициям, что свидетельствует о постоянном мониторинге покупательского спроса.

Следует отметить, что ООО «Пища орлов», содержит в своем ассортименте продукцию, рассчитанную на покупателей с различным уровнем доходов.

Таким образом, формирование и управление ассортиментом строится с учетом потребностей потребителя, что является положительным качеством в деятельности ООО «Пища орлов». Ценовое стимулирование продаж, а также



ориентация на разные предпочтения позволяют удовлетворить потребности любого покупателя, посетившего торговые точки ООО «Пища орлов»

Стимулирование процесса продажи товаров - это набор различных методов стимулирующего воздействия.

К средствам, стимулирующим процесс продажи товаров в ООО «Пища орлов» относятся:

- материально-техническая база (внешний вид супермаркета, внутреннее оформление торгового зала, современное оборудование – горки, витрины, контрольно-кассовое оборудование и др.);

- высокое качество реализуемых товаров;
- широкий ассортимент товаров, позволяющий свободу выбора и взаимозаменяемости;

- приемлемые цены на товары (невысокие наценки);
- оказание дополнительных услуг как платных, так и бесплатных;
- предпраздничное снижение цен на товары в частности ООО «Пища орлов» совместно с поставщиком продукции ООО «Малинов Яр», широко применяет, данный вид стимулирования продаж. Например, в период с 21.12.2015г. по 31.12.2015г. была организована акция «Новогоднее обострение», предусматривающее снижение цен, на определенные виды продукции (Приложение 35).

- реклама товаров (по радио, телевидению, газетах, на транспорте, устная реклама и др.);

- уровень квалификации продавцов, чем выше квалификация работника, тем и качественнее обслуживание;

- честность работников супермаркета – она тоже влияет на процесс продажи товаров, если в супермаркете часто обсчитывают покупателей, то это залог того, что покупатель будет такой супермаркет обходить стороной;

- высокая культура обслуживания также оказывает влияние на процесс продажи товаров (это и реклама работы супермаркета, быстрота обслуживания,

отсутствие очередей, грубости по отношению к покупателям и современные способы и приемы показа и отпуска товаров и многое другое).

### 3.3. Рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «Пицца Орлов»

Чтобы определить стратегию дальнейшего развития компании проведем SWOT- анализ.

SWOT - анализ предполагает возможность оценки фактического положения и стратегических перспектив компании, получаемых в результате изучения сильных и слабых сторон компании, ее рыночных возможностей и факторов риска. SWOT - анализ имеет управленческую и стратегическую ценность, если связывает воедино факторы внутренней и внешней среды и сообщает, какие ресурсы и возможности понадобятся компании в будущем. SWOT - это акроним слов Strengths (силы), Weaknesses (слабости), Opportunities (благоприятные возможности) и Threats (угрозы). Внутренняя обстановка компании отражается в S и W, а внешняя - в O и T [40].

Для проведения SWOT – анализа ООО «Пицца Орлов» сведем сильные и слабые стороны компании в таблицу 22.

Таблица 22

#### Сильные и слабые стороны компании ООО «Пицца орлов»

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1) высокое качество продукции 2) широкий ассортимент мясной продукции 3) хорошая деловая репутация компании 4) высокий уровень собственных средств, которых достаточно для финансирования текущей деятельности без привлечения заемных средств	1) отсутствие собственного сайта компании 2) высокий уровень дебиторской задолженности 3) отсутствие торговых точек сети за пределами области 4) недостаточно активное продвижение продукции компании под собственной торговой маркой на рынок

Из представленной таблицы следует, что основные слабые стороны компании относятся к маркетинговой деятельности, это объясняется тем, что в ООО «Пицца орлов» отсутствует должность маркетолога, а имеющиеся кадры не справляются с выполнением функций маркетинга в связи с загруженностью прямыми обязанностями.

Далее проведем оценку возможностей и угроз рынка для компании ООО «Пицца орлов», для этого составим таблицу 23.

### Возможности и угрозы для компании ООО «Пицца орлов»

Возможности (О)	Угрозы (Т)
1) политика страны направлена на импортозамещение 2) растет потребление мяса птицы и свинины в России 3) финансово-экономический кризис привел к разорению мелких предпринимателей, освобождению доли рынка	1) сложная геополитическая обстановка 2) угроза новых санкций 3) появление новых сетевых конкурентов на рынке

На основании данных таблиц 22 и 23 сопоставим сильные и слабые стороны компании ООО «Пицца орлов» с ее возможностями и угрозами, для этого составим сводную таблицу 24.

Таблица 24

### Сопоставление сильных и слабых сторон компании ООО «Пицца орлов» с ее возможностями и угрозами

	Возможности	Угрозы
<b>Сильные стороны</b>	1) высокое качество продукции и финансовые возможности компании позволят увеличить долю влияния на рынке области 2) хорошая деловая репутация и широкий ассортимент позволят обеспечить растущий спрос потребителей за счет расширения сети	1) хорошая деловая репутация и финансовые возможности компании позволят преодолеть угрозы возможных санкций и сложную геополитическую обстановку в стране 2) высокое качество продукции и широкий ассортимент компании позволят сохранить лидирующие позиции при появлении новых конкурентов на рынке
<b>Слабые стороны</b>	1) необходимо разработать эффективную программу продвижения продукции и разработать собственный сайт компании, что позволит максимально использовать имеющиеся возможности 2) следует использовать политику импортозамещения и рост потребления мяса для развития сети за пределами области	1) для того, чтобы минимизировать возможные угрозы для компании следует разработать эффективную программу продвижения продукции и разработать собственный сайт компании

SWOT-анализ компании ООО «Пицца орлов» позволяет выделить следующие направления, которые необходимо выполнить для успешной реализации стратегии развития:

1. В первую очередь необходимо наладить маркетинг в компании, что позволит ликвидировать основные слабые стороны предприятия: разработать собственный сайт компании и разработать эффективную программу продвижения продукции (расширение сети не только в пределах области, но и за ее пределами).

2. Импортозамещение, рост потребления мяса и уход с рынка мелких конкурентов открывает возможность для компании увеличить долю влияния на

рынке, чтобы этим успешно воспользоваться, следует провести анализ структуры товарооборота, для оптимизации его структуры, что позволит повысить прибыльность каждой торговой точки, а, следовательно, повысить успешность расширения сети.

### 3. Совершенствование организации продажи товаров.

Должны быть строго соблюдены требования к профессионализму и компетентности продавцов. Работники торгового зала магазина - лицо организации. Они должны быть внимательными к покупателям, подготовленными к общению с клиентами и заинтересованными. Необходимо разработать и внедрить специальные программы по ежемесячной и ежегодной профессиональной подготовке торгового персонала и других работников, которые непосредственно контактируют с покупателями; либо рассмотреть возможность проведения учебных тренингов специалистами.

Можно внедрить дисконтную систему. Дисконтная система гибких скидок относится к системам лояльности, которые являются вариантами поощрения покупателей и привлечения новых. При дисконтной системе покупатель, совершивший достаточно крупную покупку, предположим от 3000 рублей будет получать дисконтную карту и на каждую следующую покупку ему будет предоставляется скидка в размере, например от 3 до 5% в зависимости от стоимости покупки.

### 4. Рекламно-информационная деятельность.

Реклама должна быть направлена на поддержание престижа предприятия, так как бороться с будущими конкурентами можно только за счет своего престижа.

Принятие решения по размещению рекламной продукции в средствах массовой информации должно основываться на анализе эффективности рекламы в них, а также данных маркетинговых исследований.

Реклама должна быть планомерной и регулярной. Разрозненные, эпизодические рекламные мероприятия неэффективны даже при высоком качестве рекламы.

Особое внимание должно уделяться рекламе на электронных носителях и в сети Интернет, что является самым современным и перспективным средством рекламы.

Для рекламы продукции ООО «Пища орлов» необходимо активно использовать листовки, стендеры, витрины. При этом вся внутренняя визуальная реклама должна быть выдержана в едином фирменном стиле.

5. Рассмотреть возможность использования системы электронной торговли, путем создания интернет – магазина, для увеличения сбыта продукции и нахождения новых каналов реализации, что в дальнейшем принесет дополнительную прибыль для предприятия.

Реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению эффективности каждого из направлений коммерческой деятельности ООО «Пища орлов».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе написания выпускной квалификационной работы, были исследованы особенности коммерческой деятельности торгового предприятия, раскрыты понятия эффективности и эффекта коммерческой деятельности.

Исследования проводились на примере торгового предприятия ООО «Пища орлов». Основным видом деятельности ООО «Пища орлов» является розничная торговля продуктами из мяса и мяса птицы, а также субпродуктами.

Основной задачей предприятия является обеспечение каждого покупателя свежими и экологически чистыми продуктами питания по доступным ценам, с этой целью была организована фирменная торговая сеть мясных лавок «Ясные Зори», где представлен широкий ассортимент полуфабрикатов из мяса цыплят-бройлеров, свинины, утки, колбасных и деликатесных изделий, картофель.

Анализ основных экономических показателей свидетельствует о положительной тенденции в развитии ООО «Пища орлов», так как в течении всего исследуемого периода наблюдается рост чистой прибыли. Анализ ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости свидетельствует об абсолютной устойчивости баланса, так как выполняются все условия ликвидности баланса. Относительные показатели ликвидности подтверждают наличие у компании ликвидных средств для покрытия наиболее срочных обязательств. Анализ коэффициентов финансовой устойчивости показал превышение собственных источников над заемными. С одной стороны это свидетельствует о финансовой устойчивости и независимости компании от внешних источников финансирования, с другой стороны такую структуру источников нельзя назвать оптимальной. Руководству ООО «Пища орлов», следует рассмотреть возможности привлечения заемного капитала с целью более эффективного использования собственного капитала.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия была использована система комплексных показателей. Она включает в себя четыре блока:

- показатели эффективности использования основных фондов;
- показатели эффективности использования оборотных средств;
- показатели эффективности использования трудовых ресурсов;
- показатели эффективности текущих затрат.

На основании системы комплексных показателей были рассчитаны обобщающие показатели, такие как показатель эффективности торгового потенциала, показатель эффективности трудовой деятельности, показатель эффективности финансовой деятельности, интегральный показатель эффективности хозяйственной деятельности.

Проведенный анализ коммерческой деятельности ООО «Пища орлов», позволяет констатировать, что несмотря на спад некоторых коэффициентов за исследуемый период, темп интенсивности развития составляет 29%, экономический рост составил 7%. Компания владеет в достаточном объеме всеми видами ресурсов необходимыми для дальнейшего роста и развития.

Также был проведен анализ розничного товарооборота ООО «Пища орлов» и факторов влияющих на его изменение.

В процессе исследовательской работы была проведена работа по изучению спроса населения на продукцию компании, в результате которого было выявлено, что основная масса покупателей - это покупатели в возрасте 23 - 60 лет, имеющие доход до 20 тысяч рублей в месяц, 65% покупателей совершают более половины покупок мясной продукции в торговых точках сети «Ясные Зори», что говорит об удовлетворении ассортиментом большинства покупателей.

Изучение закупочной деятельности показал, что компания работает с большим количеством поставщиков (более 200). Анализ рейтинга и балльной оценки поставщиков показал, что наиболее приемлемые условия поставки предлагает ООО «Малинов Яр». ООО «Добрыня - продукт» уступает только по условиям поставок, а ООО «Молоко» по условиям оплаты, по остальным параметрам эти поставщики находятся на одном уровне с ООО «Малинов Яр».



Наименьше количество баллов приходится на ТД ООО «Агропром - Инвест», данное предприятие предлагает оптимальные цены на продукцию и приемлемые условия поставки, но по другим параметрам уступает выше названным поставщикам. Выборка была произведена исходя из объемов закупок.

ООО «Пища орлов», специализируются на продаже мясной продукции. Причем ассортимент продукции достаточно широк. Он включает мясо цыпленка – бройлера, мясо говядины, мясо свинины, колбасные изделия. В целом, широта товарной номенклатуры компании насчитывает шесть ассортиментных групп. Глубина ассортимента продукции ООО «Пища орлов» достаточно широкая. Все группы продукции представлены разнообразными видами. Следует отметить, что ООО «Пища орлов», содержит в своем ассортименте продукцию, рассчитанную на покупателей с различным уровнем доходов.

С целью определения основных направлений для разработки дальнейшей стратегии развития ООО «Пища орлов», был проведен SWOT-анализ. SWOT-анализ позволил выявить слабые и сильные стороны деятельности компании и предложить пути совершенствования коммерческой деятельности. В частности необходимо разработать собственный сайт компании и разработать эффективную программу продвижения продукции, использовать политику импортозамещения и рост потребления мяса для развития сети за пределами области, оптимизировать рекламно-информационную деятельность, создать интернет магазин для увеличения сбыта продукции и нахождения новых каналов реализации, что в дальнейшем принесет дополнительную прибыль для предприятия.

Реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению эффективности каждого из направлений коммерческой деятельности ООО «Пища орлов».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельностью в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [//www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
2. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [//www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
3. Федеральный закон от 18 июля 2011г. №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [//www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
4. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул, М.П. Войнаренко, П.Ю. Ерофеев. – СПб.: АНО ИПЭВ, 209. – 448с.
5. Асаул А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций/ А.Н. Асаул [и др.]. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
6. Аванесов Ю.А., Васькин Е.В. Основы коммерции: Учебник. – М.: ТОО «Люкс-Арт», 1999. - 125 с.
7. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В.Беспалов – М.: Инфра-М, 2012. – 320 с.
8. Абрютина, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебник / М. С. Абрютина. – М.: Дело и сервис, 2010. – 462с.
9. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии / А.П. Агарков [и др.]. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 400.
10. Бабук, И. М. Экономика предприятия : учебное пособие для студентов технических специальностей вузов / И. М. Бабук. - Минск : ИВЦ Минфина, 2013. - 327с.
11. Базылева Н.И., Гурко С.П. Экономическая теория: учебник. - Издательство: Минск. "Книжный дом", 2011. - 550 с.

12. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2013. - 372 с.
13. Бунеева Р.И. коммерческая деятельность: организация и управление : учебник. - Ростов н/Д:Феникс, 2012. – 350 с.
14. Варламова Т.П. Большая экономическая энциклопедия / Т.П. Варламова [и др.]. – Изд. Эксмо, 2008. – 816 с.
15. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология: Учеб. пособие / А. С. Вартанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 326 с.
16. Видяпин В.И. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / [В. И. Видяпин и др.]. – М.: Инфра-М, 2009. – 615 с.
17. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г.Голова. - М.: Дашков и К, 2013. - 277 с.
18. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 663 с.
19. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е. Макроэкономика / Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е. ; общ. ред. Лисовика, Б. С., Лукашевича В. В. ; пер. с англ. В. Лукашевича. - СПб. : Литера Плюс, 1997. - 402 с.
20. Иванов Г.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. – М.: ИД «Форум», ИНФРА-М, 2012. – 384 с.
21. Ионова Ю.Г. Экономический анализ: учебник / [Ю. Г. Ионова и др.]. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. – 426 с.
22. Карась А. И., Карпенко Т.В. Анализ существующих подходов к оценке ассортиментной политики торгового предприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/4844.pdf>
23. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: - 6-е изд., пере-раб. - М.: Новое издание, 2007. - 526 с.
24. Красюк И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности: учеб. пособие / И.А. Красюк, Л.В. Казакова. – Ростов н/Д:Феникс, 2015. – 400 с.

25. Касаева, Т.В., Дулебо, Е.Ю., Муратова, Я. И. Методологические аспекты оценки эффективности бизнеса: монография / Т.В. Касаева, Е.Ю. Дулебо, Я. И. Муратова. - Витебск: УО «ВГТУ», 2010. - 16 с.
26. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014. - 448 с.
27. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Д.В.Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 318 с.
28. Любушин, Н. П. Экономический анализ: учебник / Н. П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 575 с.
29. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003. - 983 с.
30. Марцин В.С. Экономика торговли: учебник / В. С. Марцин. - К.: Знания, 2010. - 402 с.
31. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
32. Половцев Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 249 с.
33. Райзберг Б.А. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. – М.: ИНФРА-М, 1997. - 538 с.
34. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2011. – 647 с.
35. Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: учебник / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. – 638 с.
36. Турманидзе, Т. У. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Т. У. Турманидзе,– М.: Экономика, 2011. – 478 с.
37. Тютюшкина Г.С. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2006. – 112 с.
38. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 368 с.

39. Выбор и отличие. Чем отличается эффект от эффективности? [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.thedifference.ru>
40. Электронный учебный курс: Экономика торговли [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.eokd.tolgas.ru>
41. Энциклопедия экономиста. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.grandars.ru>
42. Официальный интернет-портал Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. Индексы производства сельскохозяйственной и пищевой продукции, а также продовольственной инфляции [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.mcx.ru>
43. Официальный сайт Агрохолдинга «БЭЗРК – БЕЛГРАНКОРМ» [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.jasnzori.ru/about>
44. Рекомендации по повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия. [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.rudocs.exdat.com>

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**