

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет экономический  
Кафедра экономической безопасности и экспертизы  
Направление подготовки 38.03.06 - Торговое дело  
Профиль: Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой  
\_\_\_\_\_ Е.С. Рычкова  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Совершенствование коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг»  
г. Благовещенск

Исполнитель  
студент группы 472 узб(3) \_\_\_\_\_ К.О. Мигаль  
(подпись, дата)

Руководитель  
Доцент, канд. техн. наук \_\_\_\_\_ Н.А. Бабкина  
(подпись, дата)

Нормоконтроль  
ассистент \_\_\_\_\_ Н.Б. Калинина  
(подпись, дата)

Благовещенск 2018

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет экономический

Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г. \_\_\_\_\_

**З А Д А Н И Е**

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента 4 курса 472 узб (3) группы Мигаль Ксении Олеговны

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Совершенствование коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг» г. Благовещенск

(утверждено приказом от 30.10.2017 № 2661 )

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе

финансовые справочники, учебники, периодическая литература, финансовая и организационная документация

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов

теоретические аспекты коммерческой деятельности на предприятиях торговли, анализ хозяйственной деятельности ООО «Амурхозторг», \_\_\_\_\_

современное состояние и совершенствование коммерческой деятельности в ООО «Амурхозторг»

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п)  
таблицы

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания 25.10.2017

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта)

Бабкина Наталья Арсентьевна, доцент, канд. техн. наук

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 25.10.2017

\_\_\_\_\_ (подпись студента)



## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 64 с., 18 таблиц, 13 рисунков, 44 источников, 3 приложения

### КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ФУНКЦИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель исследования - повышение эффективности коммерческой деятельности.

Объект исследования - ООО «Амурхозторг».

Предмет исследования - коммерческая деятельность ООО «Амурхозторг».

Информационной базой исследования являются финансовые справочники, учебники, периодическая литература, финансовая и организационная документация ООО «Амурхозторг» г. Благовещенск.

Применялись теоретические и практические методы исследования (методы финансового, экономического, организационного анализа).

В процессе исследования проведен анализ финансовых показателей ООО «Амурхозторг», проведена оценка состояния и эффективности использования трудовых ресурсов торгового предприятия, проведен анализ коммерческой деятельности предприятия, предложены пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг» в условиях конкуренции.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты коммерческой деятельности на предприятиях торговли	7
1.1 Сущность и особенности коммерческой деятельности на предприятиях торговли	7
1.2 Принципы коммерческой деятельности на предприятиях торговли	8
1.3 Функции коммерческой деятельности	12
1.4 Механизмы коммерческой деятельности предприятия	16
1.5 Оценка эффективности коммерческой деятельности	21
2 Анализ хозяйственной деятельности ООО «Амурхозторг»	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Амурхозторг»	24
2.2 Анализ основных финансовых показателей деятельности ООО «Амурхозторг»	27
2.3 Оценка состояния и эффективности использования трудовых ресурсов предприятия торговли	34
3 Современное состояние и совершенствование коммерческой деятельности в ООО «Амурхозторг»	40
3.1 Анализ коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг»	40
3.2 Пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг» в условиях конкуренции	46
Заключение	51
Библиографический список	54
Приложение А Бухгалтерский баланс на 2017 г.	58
Приложение Б Отчет о финансовых результатах на 2016 г.	61
Приложение В «Дерево целей» предприятия ООО «Амурхозторг»	64

## ВВЕДЕНИЕ

Современный период развития розничной торговли называют эпохой специализированных магазинов, когда розничные предприятия стремятся сформировать самобытный имидж фирмы, имея в виду конкретного адресата – целевую группу потребителей. Потребитель желает делать покупки в магазине, где не просто продают, например, товары по низким ценам, а предлагают товар искусно, профессионально, качественно. Поэтому организация торговли сегодня приобретает все большее значение.

В условиях сегодняшнего рынка отчетливо видны позитивные изменения в сфере обращения. В сфере обращения складываются новые экономические отношения, отрабатываются рыночные рычаги развития экономики. Коммерческая деятельность стала центральным направлением в многообразной работе предприятий всех отраслей. Поэтому в последнее время так увеличился интерес к коммерческой деятельности, так как специалист по коммерции должен: понимать сущность рыночной категории и роль в эффективном хозяйствовании предприятия; овладеть знаниями в области государственного регулирования предпринимательства и коммерции; уметь моделировать и применять компьютерные технологии в процессе коммерческой деятельности; знать принципы и способы управления коммерческой деятельностью, а также конъюнктуру потребительского рынка, владеть методами изучения рынка товаров; уметь определять требования потребителей к товару; уметь формировать ассортимент товаров в соответствии с покупательским спросом; владеть знаниями логистики; обеспечивать контроль и оценку показателей коммерческой деятельности предприятия.

Актуальность и значимость выбранной темы бакалаврской работы заключается в необходимости более рациональной организации коммерческой деятельности на торговом предприятии.

Таким образом, целью данной работы будет повышение эффективности коммерческой деятельности.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические проблемы организации коммерческой деятельности;
- исследовать организацию коммерческой деятельности на примере предприятия;
- разработать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия торговли.

Предмет исследования - коммерческая деятельность ООО «Амурхозторг».

Объект исследования - ООО «Амурхозторг».

Теоретической основой для написания бакалаврской работы послужили работы отечественных и зарубежных экономистов по вопросам коммерческой деятельности, в частности Виноградова С.Н. Гунякова Ю.В., Джоббера Д., Осипова Л.В и др., законодательство РФ, официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодических изданиях.

Методологической основой написания бакалаврской работы являлась используемая в процессе проводимых исследований совокупность различных методов и приемов: сравнение, средние и относительные величины, метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц и др., применение каждого из данных методов определялось характером решаемых в процессе исследования задач.

Практическая значимость проводимого исследования заключается в объективной оценке коммерческой деятельности исследуемой организации. А также в разработке на основе полученной оценки, комплекса первоочередных мероприятий.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

## 1.1 Сущность и особенности коммерческой деятельности на предприятиях торговли

Коммерческая деятельность осуществляется только в сфере товарного обращения.

Цель КД предприятия - это предполагаемый социально-экономический результат материализации её отношений на рынке. Она обусловлена объективными причинами. В основном потребностями субъектов, которые на рынке выступают в форме экономических интересов и становятся интегрирующим мотивом производственных занятий, определяемых условиями бытия. Экономическое обособление вследствие многоукладности и товарный характер производства диктуют необходимость работать на других с пользой для себя. Поэтому КД объективно организуется с целью удовлетворения экономических интересов сторон, которые можно интерпретировать как максимизирующие ценности для её участников в виде получения агрегированного результата: намеченной выгоды (экономической полезности). Для продавцов – товаропроизводителей и торговых посредников – чаще в форме прибыли как способа рыночного развития. Выгода для покупателей заключается в приобретении возможности удовлетворить свой экономический спрос.<sup>1</sup>

Коммерческая деятельность появляется только тогда, когда существует обмен результатами труда, т. е. общественное разделение труда, а также экономическое обособление собственников – оно делает обмен коммерческим.

Отношения в коммерческой деятельности бывают внешними и внутренними.

Внешние: отношения с партнерами (поставщиками, покупателями, банками).

---

<sup>1</sup> Новиков О.А. Закупки и формирование товарного ассортимента // Современная торговля. 2016. № 12. С. 2

Внутренние: отношения внутри организации (отношения с персоналом).

Также отношения в коммерческой деятельности делятся на экономические и торгово-технологические:

Экономические отношения:

- смена собственника;
- отношения по обмену товарами;
- трансакционные отношения (отношения по поиску партнеров).

Торгово-технологические отношения:

- транспортировка;
- приемка товаров;
- погрузочно-разгрузочные работы;
- складирование;
- хранение;
- подготовка к продаже;
- размещение товара в торговом зале;
- выкладка товара.

Торгово-технологические и экономические отношения в коммерческой деятельности направлены на получение максимальной прибыли.

Таким образом, коммерческой деятельности в розничной торговле принадлежит особая роль, связанная с выполнением комплекса мер по завершению процесса товародвижения (доведению товаров до конечного потребителя).

## **1.2 Принципы коммерческой деятельности на предприятиях торговли**

Эффективность коммерческой деятельности обусловлена качеством сформированной системы отношений. Их совершенство в свою очередь зависит от того, насколько полно и правильно применяются принципы коммерческой деятельности.

Принципы - это, во-первых, исходный пункт, основное исходное положение науки и основные нормы поведения, правила научной деятельности,

на базе которых она организуется. Во-вторых, в аспекте анализа принципы определяют основные направления коммерческой деятельности, требования к формированию отношений, их организации.

Принципы коммерческой деятельности характеризуют действия, отражающие нормы, правила осуществления обмена.

Л.В. Осипова называет следующие принципы коммерческой деятельности<sup>2</sup>:

- 1) неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга;
- 2) гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;
- 3) умение предвидеть коммерческие риски;
- 4) выделение приоритетов;
- 5) проявление личной инициативы;
- 6) высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам;
- 7) нацеленность на достижение конечного результата – прибыли.

Как видно, перечисленные положения разного порядка: 1,2,4,7 отражают общие признаки торговли, 3,5,6 – требования к профессионализму коммерческих работников. Этот перечень можно продолжить: умение правильно выбрать партнера, готовность к упорному труду, умение представить товар и.т.п.

Однако представляется, что принципы коммерческой деятельности не могут быть произвольными. Поскольку обмен – явление объективное, то и основные его положения должны быть таковыми. Основные принципы коммерческой деятельности вытекают из требований объективных законов, определяющих действия ее субъектов. Другими словами, принципы коммерческой деятельности порождены, отражают требования объективных законов, регулирующих коммерческую деятельность.

---

<sup>2</sup> Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности. Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2013. С. 12

К ним относятся:

- 1) Принцип целевой направленности коммерческой деятельности определяется действием основного экономического закона – закона прибыли.
- 2) Принцип ведущего звена вытекает из закона циклического развития.
- 3) Принцип более полного удовлетворения спроса покупателей обусловлен требованиями закона возвышающихся потребностей.
- 4) Принцип экономии издержек обращения выражает требования законов экономии времени, оптимального развития и закона прибыли.
- 5) Принцип повышения эффективности коммерческой деятельности отражает содержание закона повышающейся эффективности производства.
- 6) Законы пропорционального развития и всеобщей взаимосвязи находят отражение в принципе планирования коммерческой деятельности.
- 7) Принцип гибкости коммерческой деятельности отражает требование закона спроса и предложения.
- 8) Требования закона стоимости, предполагающего эквивалентный обмен товарами, в том числе и при продаже рабочей силы, выражает принцип оплаты по труду.
- 9) Принцип материального и морального стимулирования трудовых затрат персонала фирмы вытекает из требования закона опережающего роста производительности труда по отношению к динамике его оплаты.
- 10) Требования всеобщего закона экономии времени находят свое проявление в принципе минимизации рисков.
- 11) Принцип состязательности коммерческой деятельности обуславливается законом конкуренции, требующим постоянного совершенствования всех сторон работы предприятия.

Таким образом, принципы коммерческой деятельности отражают требования объективных экономических законов и поэтому становятся

правилами, исходными положениями формирования всей совокупности торговых процессов (таблица 1)<sup>3</sup>.

И чем полнее они реализуются, тем выше эффективность отношений купли - продажи. Степень использования отмеченных принципов зависит от их познания, учета и отражения в правилах обмена, от применяемых механизмов, позволяющих использовать данные нормативы предельно полезно.

Таблица 1 - Принципы организации коммерческой деятельности

Экономические законы	Принципы коммерческой деятельности	Принципы выбора партнера (поставщика)	Критерии выбора партнера (поставщика)
Основной экономический закон	Целевой направленности: максимизация взаимовыгоды	Целевой направленности: максимизация взаимовыгоды	Предыдущая история и репутация. Преимущества организации и управления. Эффективность деятельность
Закон повышающихся потребностей	Более полное удовлетворение платежеспособного спроса	Способность нерушимо выполнить заказы	Специализация: соответствие номенклатуры товаров спросу. Благоприятные условия поставок: необходимый объем и качество, стабильность, периодичность, сроки, уровень обслуживания
Закон спроса и предложения	Гибкость	Способность адаптировать предложение к спросу	Гибкость поставок
Закон циклического развития	Выделение ведущего звена	Особенности данной фазы развития предприятия	Техническая мощь. Развитость инфраструктуры. Наличие сервиса
Всеобщий закон экономии времени	Оптимизации издержек обращения и повышение эффективности	Способность обеспечить оптимум затрат и повышения эффективности	Местоположение предприятия. Уровень и структура расходов. Рентабельность. Финансовое положение. Форма оплаты и условия расчетов. Наличие инноваций
Закон пропорционального развития	Соразмерность	Соответствие внутрифирменной управленческой системы и организационной структуры	Уровень выполнения договоров
Закон разделения и кооперации труда	Партнерства	Способность к согласованию экономических интересов	Долговременность сотрудничества

<sup>3</sup> Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность.- М.: Норма, 2013. С.23

Закон стоимости	Эквивалентный обмен товарами	Формирование взаимовыгодных хозяйственных связей	Эквивалентная цена предложения. Гибкость системы цен
Закон конкуренции	Соперничества	Конкурентоспособность	Положение на рынке. Способность минимизировать риски

Рассмотренные принципы коммерческой деятельности носят общий характер, пронизывают все стороны функционирования предприятия в целом.

Чтобы стало возможным осуществление принципов в каждом подразделении предприятия, они конкретизируются в особых правилах, нормах, инструкциях осуществления отдельных коммерческих функций. Например, это принципы выбора поставщика, правила складирования и хранения товаров, этический кодекс фирмы и другие.

Следует отметить еще одно обстоятельство: данные принципы отражают требования экономических законов, которые могут действовать в различных рыночных условиях. Например, в атмосфере свободной конкуренции или господства монополий действия экономических законов носят различный характер, что не может не отразиться на содержании принципов коммерческой деятельности. Поэтому следует постоянно сверять ее основные исходные положения с изменяющейся экономической средой.

### **1.3 Функции коммерческой деятельности**

Коммерческая деятельность реализует себя через различные обязательно осуществляемые ее субъектами функции, под которыми понимается совокупность определенных обязательных действий в процессе обмена, которые они должны совершать для достижения своих коммерческих целей. В зависимости от обстоятельств эти действия могут выполняться либо производителями товаров и услуг, либо предприятиями сферы торговли, либо в комбинации, то есть выполнение этих функций может распределяться между ними.

Таким образом, функция коммерческой деятельности - это, то с помощью чего осуществляются экономические и торгово - технологические отношения для получения максимальной прибыли.

Из таблицы 2 видно, что функции предприятий (экономические и технологические): финансовая, материально - техническая, информационное обеспечение коммерческой деятельности, закуп товаров, покупка рабочей силы, продажа товаров и услуг – объективны.

Таблица 2 - Коммерческие функции торговых предприятий

Обстоятельства	Функции	
	экономические	технологические
Коммерческая деятельность осуществляется на денежной основе	Ф	Кредитный договор, хранение, инкассация
Оборудование, сырье, материалы, находятся у других предприятий	МТО	Договор поставки, транспортировка, складирование, хранение
Отсутствие необходимых товаров	ЗТ	Договор купли - продажи, транспортировка, складирование, хранение
Коммерческая деятельность осуществляется специалистами	НРС	Трудовой договор, доставка к месту работы, техника
Коммерческая деятельность строится на основе информации	И	Договор купли - продажи, сбор, обработка, хранение
Наличие производственной продукции	СТ	Договор купли - продажи, складирование, хранение, транспортировка
Наличие условий для оказания услуг	ПУ	Договор купли - продажи

Они обусловлены различными обстоятельствами жизнедеятельности фирм. Сердцевиной каждой функции являются обменные отношения. Финансовая связана с взаимоотношениями данного предприятия с представителями рынка капиталов, материально – техническая – рынка торгового оборудования, закуп товаров – рынка продавцов, найм рабочей силы – рынка труда, продажа товаров, предоставление дополнительных услуг – с покупателями<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Экономика торгового предприятия. Учебник / Под ред. профессора Гребнева А.И. - М.: Экономика, 2016. С. 76.

Стоимостные отношения коммерческих функций обуславливают их экономический аспект, реализация которого происходит с помощью внешних механизмов коммерческой деятельности. Видна и другая, вещественная (технологическая) сторона данных функций, которая характеризует не взаимосвязи между субъектами рынка, а их отношения к товару, доведению его как потребительной стоимости от производителя к потребителю.

Систематизацию можно продолжить с коммерческими предприятиями и других отраслей.

Важно отметить, что эти функции универсальны, характерны для каждого коммерческого предприятия любой отрасли.

Совокупность всех этих функциональных отношений составляет содержание коммерческой деятельности предприятий (рисунок 1).

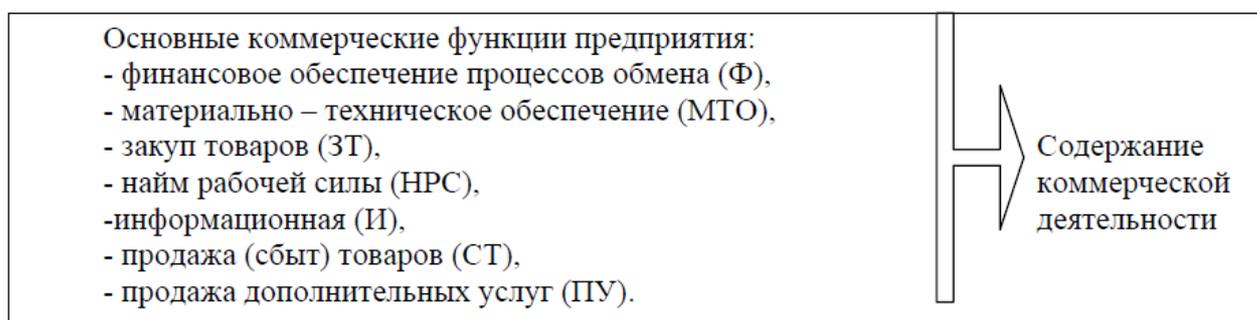


Рисунок 1 - Содержание коммерческой деятельности<sup>5</sup>

Таким образом, содержание коммерческой деятельности – это совокупность всех функций коммерческой деятельности.

Все функции коммерческой деятельности работают на сбыт (рисунок 2).

На модели (рисунок 2) видно, что экономическое содержание функций не одинаково: часть из них направлена на создание необходимых условий для достижения главной цели коммерческих предприятий - получения прибыли.

<sup>5</sup> Памбучиянц, В.К. Основы оптовой и розничной торговли. - М.: Приор, 2014. С.24



Рисунок 2 - Содержательная модель коммерческой деятельности

Они связаны с покупкой капитала, материально - технических средств, труда, информации, товаров. Другие обязательные действия в процессе обмена - продажа (сбыт) продукции и услуг обеспечивают возмещение расходов, которые сопровождают выполнение каждой функции, и получение необходимой прибыли.

Экономические и торгово-технологические отношения также осуществляются с помощью всех функций коммерческой деятельности. Финансовое обеспечение предполагает осуществление капитализации прибыли, накопление доходов от продаж, мобилизацию финансов за счет внешних источников: инвесторов и кредиторов, управление использованием капитала и доходов, контроль и ведение расчетов с поставщиками и покупателями.

Материально - техническое обеспечение связано с приобретением машин, оборудования, сырья, комплектующих материалов, инвентаря, то есть всего того, что необходимо для хозяйственной деятельности. Покупка рабочей силы путем найма сотрудников призвана обеспечить личностный фактор, осуществляющий коммерческую деятельность. Информационное обеспечение посредством систематического сбора, обработки и анализа необходимых сведений внешнего и внутреннего характера нацелено на вооружение специалистов коммерческой деятельности соответствующей информацией для принятия правильных решений в процессах купли - продажи.

Закуп товаров связан с поиском поставщиков и приобретением отсутствующих товаров. Продажа (сбыт) товаров и услуг потребителям, либо посредникам, означающая их эквивалентную передачу новым собственникам, включает выбор покупателей, установление коммерческих связей, разработку сбытовой программы, сопоставление графиков и осуществление поставок.

Завершающей функцией выступает предоставление дополнительных к реализации товаров и услуг: предпродажных, продажных и послепродажных.

Реализация всех коммерческих функций, таким образом, предполагает осуществление следующих типичных операций. Это, во-первых, определение конкретного покупателя, продавца, согласование всех условий обмена, заключение коммерческого договора и, во-вторых, исполнение согласованных обязательств, то есть покупка, сбыт (продажа) товаров и услуг, производство необходимых расчетов.

#### **1.4 Механизмы коммерческой деятельности предприятия**

Рассмотрение проблемы механизмов коммерческой деятельности позволяет конкретизировать изучение коммерческой деятельности, т.е. рассмотреть осуществление ее в хозяйственной практике.

Хозяйственные связи, в которых проявляют себя коммерческие отношения, содержат в себе существенные возможности повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия. По нашему мнению, ни совершенная технология, ни высокое качество продукции, ни реструктуризация подразделений и служб предприятия, взятые сами по себе, без их коммерческой реализации, не могут гарантировать экономический успех. Главной задачей фирмы становится успешная продажа своего товара и на этой основе формирование необходимых финансовых ресурсов для обеспечения дальнейшей деятельности. В настоящее время для многих предприятий создание механизмов финансового обеспечения коммерческой деятельности - это вопрос вопросов.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Сажина М.А. Экономическая теория - М.: Инфра-М, 2014. С. 186

Повышению эффективности может способствовать овладение современными формами и методами обмена, подчинение их своим интересам, а это по сути означает - наладить эффективный механизм коммерческой деятельности.

Для розничного торгового предприятия характерны операции по закупке и продаже товаров, на этом основании далее рассмотрим модели механизмов закупок и продаж. Рассмотрим модель механизма закупок в коммерческой деятельности.

Итак, предположим, что субъектом коммерческой деятельности выступает коммерсант, целью которого является покупка необходимой продукции. Экономический интерес (импульс) в коротком периоде, выражаемый в необходимости иметь соответствующую продукцию, заставляет их вступать в отношения с ее продавцами, которых надо выявить, установить с ними контакты, убедиться в достоинствах, преимуществах и ценностях нужного товара, заключить сделку, совершать покупку и приобрести требуемое.

Рассмотрим структуру механизма закупок. Модель закупок можно увидеть на рисунке 3.

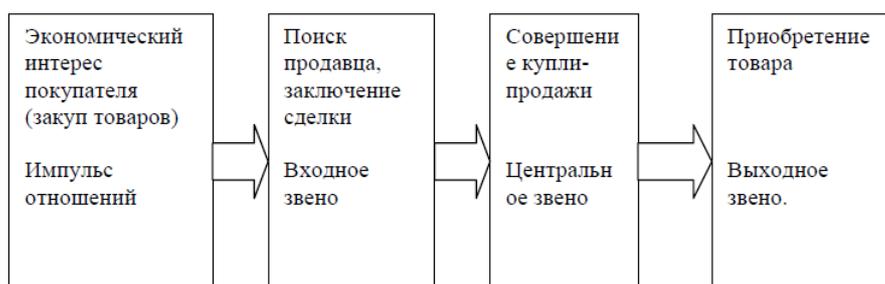


Рисунок 3 - Модель механизма закупок в коммерческой деятельности

Импульс его возникновения задан экономическим интересом покупателя – необходимости приобретения товара, который породил входное звено: блок отношений по выявлению потенциального продавца (поставщика) и заключению с ним договора купли-продажи (сделки). Центральным звеном является процесс непосредственной закупки товаров и дополнительных услуг.

Как и в механизме продаж, рабочим органом механизма выступает сам процесс торговли. Но в зависимости от импульса коммерческих отношений в нем заменяются акценты: в механизме сбыта продажа-купля, а в механизме закупок - купля-продажа. Но самое важное, что центральное звено механизма является получение товара. Коммерсанты не только покупают, но и продают товары. Их экономический интерес может быть связан не только со сбытом, но и с приобретением изделий.

Рассмотрим механизм продажи в коммерческой деятельности на розничном предприятии.

Импульсом механизма коммерческой деятельности будет экономический интерес коммерсанта, который заключается в основной цели коммерческой деятельности – получения прибыли от продажи. Он порождает исходное звено механизма, представляющее собой блок отношений по выявлению потенциального эффекта клиента и заключению с ним коммерческой сделки. Далее следует ее осуществление: операции по купле-продаже оговоренной продукции и дополнительных услуг (центральное звено). И завершается механизм коммерческой деятельности удовлетворением экономического интереса предпринимателя (выходное звено).



Рисунок 4 - Структура механизма продажи в коммерческой деятельности

Сравнение механизмов продажи и закупок показывает, что структура их аналогична, но не идентична. Различия порождаются отличающимися начальными импульсами, содержанием экономических интересов, вызывающими изменение акцентов, в актах купли-продажи, неодинаковые

завершающие звенья: получение дохода либо товара. Однако сама структура механизма коммерческой деятельности не изменяется, она одинакова<sup>7</sup>.

Единого раз и навсегда структурированного для всех коммерческих предприятий и на все случаи жизни механизма быть не может. А с другой стороны, вряд ли найдется такой инструментальный ящик, в который бы поместились всевозможные возникающие и исчезающие системы взаимодействия субъектов рынка.

Чтобы классификация механизмов коммерческой деятельности не страдала, неопределенностью следует четко обозначить ее критерии и точный их смысл. Основываясь на труды Ю.В. Гунякава, приведем следующую классификацию механизмов коммерческой деятельности<sup>8</sup>:

1) Механизмы, связанные с типом коммерческой деятельности. То есть это механизмы купли-продажи вещественных товаров, аренды, технического обслуживания, интеллектуальных товаров, туризма и др. Как видно, в основе классификации коммерческих механизмов находится специфический предмет торговли.

2) Механизмы, связанные с видами коммерческой деятельности. Вид – категория, показывающая ряд объектов, входящих в более широкий класс – тип. Эту группу составляют механизмы торговли оптом и в розницу, краткосрочная аренда и лизинг, техническое обслуживание товаров производства и другие.

3) Механизмы, связанные с формами коммерческой деятельности. Форма, как категория, трактуется в двух аспектах:

- во-первых, это способ существования и выражения содержания, внешнего его проявления. В этом ракурсе формами розничной и розничной торговли выступают магазинная и уличная торговля, технического обслуживания - предшествующее продаже, продажная и гарантийное обслуживание и т.д.

---

<sup>7</sup> Сажина М.А. Экономическая теория. - М.: Инфра-М, 2014. С. 203

<sup>8</sup> Гуняков, Ю.В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности: монография.-Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т., 2015. С. 101

- во-вторых, форма представляет внутреннюю структуру, строение, связь и способ воздействия частей и элементов объекта. В данном случае это ее организационно правовые аспекты.

#### 4) Механизмы, связанные с методами коммерческой деятельности.

Понимаются методы, способы, приемы, приемы, применяемы для его осуществления. Так в опте - купля-продажа через заказ, личный отбор, через склады, по образцам, каталогам и т.д. В розничной торговле - индивидуальное обслуживание, свободный доступ, по образцам и т.д.

#### 5) Механизмы, связанные с инструментами коммерческой деятельности.

Они представлены всевозможными средствами, орудиями труда, необходимыми для исполнения тех или иных функций коммерческой деятельности.

Нет иного способа обеспечить высокоэффективную коммерческую деятельность, кроме как на основе глубокого знания ее механизмов и профессионального их применения.

Аналогично будет выглядеть классификация механизма по другим критериям коммерческой деятельности.

Группируя и формулируя эти механизмы по одному типу можно представить следующим образом (таблица 3).

Если критериями избирать области действия механизмов коммерческой деятельности, то он позволяет их дифференцировать на внешние и внутренние:

1) Внешние механизмы коммерческой деятельности применяются при формировании хозяйственных связей между различными субъектами рынка: продавцами, покупателями, посредниками. Данную группу составляют механизмы купли-продажи, аренды, факторинга, туризма и т.д.

2) Внутренние механизмы коммерческой деятельности применяются для обеспечения взаимодействия сотрудников внутри компании, эффективного выполнения ими своих задач в пределах данного коллектива. В систему этой группы входят управление производственно-технологическими процессами, персоналом, товарооборотом, хозяйственными рисками, доходами, издержками и т.д.

Таблица 3 - Классификация механизмов торговли вещественными товарами

Купля-продажа вещественных товаров		
ТИП	Оптовая	Розничная
ВИД	Транзитная	Магазинная
ФОРМЫ	Со своего склада	Уличная
МЕТОДЫ	Личный отбор	Индивидуальное обслуживание
	По образцам	Свободный доступ
	По каталогам	По образцам
	По телефону	Самообслуживание
	По Интернету	Продажа на дому
		Продажа по телефону
		По Интернету
	По ТВ	
ИНСТРУМЕНТАРИИ		
Измерительные приборы	Договоры	Умение
Холодильное оборудование	Заказы	Навыки

Продолжение таблицы 3

1	2	3
Витрины	Коммерческие письма	Опыт
Оборудование	спецификации	Планирование
Транспортные механизмы	Счета-фактуры	Прогнозирование
Кассовые аппараты	Накладные	Расчеты
Коммуникационные аппараты	Протоколы разногласий	
Компьютеры	Платежные поручения	
	Экономические показатели	
	Формулы для расчетов	

Действие механизмов коммерческой деятельности, их результаты складываются из изменяющихся комбинаций взаимосвязи факторов. В каждый данный момент состояние отношений, совокупность используемых форм, методов, инструментов торговли обуславливается тем, какое звено механизма работает и на какой фазе цикла оно находится, и каково соотношение этой точки с аналогами предшествующих циклов.

Становится очевидным, что повышение эффективности действия механизмов коммерческой деятельности основано не только на учете, но, и это главное, повсеместной экономии времени. Отсюда вытекает один из определяющих принципов коммерческих отношений: торговать и лучше и быстрее.

### **1.5 Оценка эффективности коммерческой деятельности**

При рыночной экономике результаты деятельности коммерческого предприятия оцениваются системой показателей, главным из которых является рентабельность. Рентабельность определяется как отношение прибыли к одному из показателей функционирования коммерческого предприятия. При вычислении рентабельности используются различные показатели прибыли. Показатели рентабельности позволяют выявить не только общую эффективность работы торгового предприятия, но и оценить различные стороны его деятельности. Существует великое множество показателей рентабельности, главным из которых является показатель общей экономической рентабельности торгового предприятия. Он вычисляется по формуле:

$$P = \Pi : T \times 100, \quad (1)$$

где P - общая экономическая рентабельность хозяйственной деятельности торгового предприятия;

Π - сумма прибыли (валовой или чистой);

T - объем товарооборота (без НДС).

Следующим показателем является показатель, характеризующий эффективность использования собственного капитала. Он называется показателем рентабельности собственного капитала, который вычисляется по формуле:

$$P = \Pi : K \times 100, \quad (2)$$

где  $\Pi$  - сумма прибыли торгового предприятия,  
 $K$  - средняя величина собственного капитала.

Этот показатель имеет важное значение для акционеров торгового предприятия. Он служит критерием оценки уровня котировки акций акционерного торгового предприятия на фондовой бирже. Этот показатель позволяет инвесторам оценить потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные бумаги.

Показатель рентабельности основных производственных средств (фондов) предприятия рассчитывается по следующей формуле:

$$P = \Pi : \text{ОФ} \times 100, \quad (3)$$

где  $\Pi$  - сумма прибыли;  
 $\text{ОФ}$  - средняя стоимость основных фондов;

Аналогично высчитывается показатель рентабельности материальных оборотных средств, только вместо показателя средней стоимости основных фондов применяется показатель средней стоимости материальных оборотных средств. Эти два показателя часто объединяют и вычисляют один показатель рентабельности основных фондов:

$$P = (\Pi : (\text{ОФ} + \text{МС}) \times 100), \quad (4)$$

где  $\text{МС}$  - средняя стоимость материальных оборотных средств.

Если торговое предприятие арендует помещения или сдаёт помещения в аренду, то среднюю стоимость основных фондов целесообразно исчислять с учётом сданных и полученных в аренду основных средств. В этом случае средняя величина основных средств определяется путём вычитания из

суммарной стоимости собственных и арендуемых основных фондов стоимости объектов основных фондов, сданных в аренду<sup>9</sup>.

Наряду с основными показателями рентабельности используется большое количество частных показателей, таких как: рентабельность эффективности текущих затрат (отношение прибыли к издержкам обращения), рентабельность затрат живого труда (отношение прибыли к заработной плате), рентабельность оборотных средств (отношение прибыли к средней величине оборотных средств), рентабельность эффективности использования рабочей силы (отношение прибыли к численности занятых на предприятии рабочих), рентабельность эффективности использования торговых площадей, рентабельность эффективности использования основного капитала и т.д. Частные показатели рентабельности характеризуют эффективность использования отдельных видов ресурсов торговыми предприятиями. Рентабельность является одним из важнейших показателей хозяйственной деятельности торгового предприятия, поэтому при анализе наряду с показателями рентабельности используется их динамика<sup>10</sup>.

## 2 АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО

### «АМУРХОЗТОРГ»

#### **2.1 Организационно - экономическая характеристика ООО «Амурхозторг»**

Организация зарегистрирована 26 июня 2006 г. регистратором Межрайонная инспекция ФНС России № 1 по Амурской области. Руководитель организации: директор Плаксин Алексей Николаевич. Юридический адрес ООО «Амурхозторг» - 675000, Амурская область, город Благовещенск, шоссе 2 км Новотроицкого, база «Находка». Основным видом деятельности является «Торговля оптовая туалетным и хозяйственным мылом» и «Оптовая торговля парфюмерией и косметикой». Официальный дистрибьютор «Невская

<sup>9</sup> Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2013. С. 198

<sup>10</sup> Современная экономика /Под ред. Мамедова О.Ю. Ростов-на-Дону, «Феникс», 2013. С. 39

косметика». Организации Общество с ограниченной ответственностью «Амурхозторг» присвоены ИНН 2801113338, ОГРН 1062801072190, ОКПО 94731046.

Единственным учредителем является Петров Алексей Радиевич. Компания является субъектом малого предпринимательства, категория: микропредприятие, дата включения в реестр: 1 августа 2016 г.

ООО «Амурхозторг» создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Общество, по российскому законодательству, является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Кроме этого, общество имеет круглую печать с полным фирменным наименованием на русском языке и указанием на место его нахождения, вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, может иметь товарный знак и другие средства индивидуализации, имеет право открывать в установленном порядке банковские счета на территории России и других стран.

Общество создано без ограничения срока деятельности, в своей деятельности оно руководствуется действующим законодательством, зарегистрированным уставом и разработанными на их основе нормативными актами. Уставный капитал общества определен в размере 10000 руб. на 01.01.2017 г.

Основными целями деятельности общества является извлечение прибыли, удовлетворение общественных потребностей в товарах, работах, услугах.

ООО «Амурхозторг» выполняет следующие основные функции: закупка товаров; хранение; сбыт.

Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не

запрещенные законом. Предметом деятельности Общества в соответствии с Уставом являются:

- торговля оптовая неспециализированная;
- торговля оптовая текстильными изделиями;
- торговля оптовая галантерейными изделиями;
- торговля оптовая одеждой и обувью;
- торговля оптовая бытовыми электротоварами;
- торговля оптовая изделиями из керамики и стекла и чистящими средствами;
- торговля оптовая парфюмерными и косметическими товарами, кроме мыла;
- торговля оптовая прочими бытовыми товарами;
- торговля оптовая писчебумажными и канцелярскими товарами;
- торговля розничная косметическими и парфюмерными товарами, кроме мыла в специализированных магазинах;
- торговля розничная туалетным и хозяйственным мылом в специализированных магазинах и др.

Организационная структура управления в ООО «Амурхозторг» является линейно-функциональной и представляет собой иерархичность управления, четкое разделение труда, использование на каждой должности квалифицированных специалистов. Она основывается на принципе единства распределения поручений, согласно которому право отдавать распоряжения имеет только вышестоящая инстанция. Соблюдение этого принципа должно обеспечивать единство управления.

Представим организационную структуру ООО «Амурхозторг» на рисунке 5.



## Рисунок 5 – Организационная структура ООО «Амурхозторг»

Торговля представляет собой важнейшую отрасль хозяйства. Оборот товаров, осуществляемый как в пределах государства, так и на международном рынке, является основной составляющей государственной экономики. И тем не менее, торговля не является экономически устойчивой отраслью. Учитывая стремительно меняющуюся экономическую обстановку в стране, закон о торговле требует регулярного внесения актуальных изменений.

Из схемы организационной структуры видно, что управлением предприятия в целом занимается генеральный директор, он решает следующие вопросы:

- рассматривает текущие и перспективные планы работ;
- обеспечивает выполнение планов деятельности предприятия;
- утверждает правила, процедуры и другие внутренние документы предприятия, за исключением документов, утверждение которых отнесено уставом к компетенции других руководящих органов;
- утверждает штатное расписание, принимает и увольняет с работы сотрудников, поощряет работников, а также налагает на них взыскания, без доверенности представляет предприятие в отношениях с физическими и юридическими лицами как в Российской Федерации, так и за ее пределами, открывает расчетный и другие счета в банковских учреждениях и совершает иные сделки, выдает доверенности от имени предприятия.

Генеральный директор осуществляет координацию и контроль деятельности за отделом продаж.

Отдел бухгалтерии в лице бухгалтера осуществляет прием и контроль первичной документации по определенным операциям бухгалтерского учета, производит начисление и перечисление в различные фонды, осуществляет полноту учета товарно-материальных ценностей и контроль за их сохранностью, способствует укреплению финансовой дисциплины, участвует в проведении финансово-экономического анализа предприятия.

Кассир осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств, ведет учет кассовой книги.

Отдел продаж занимается заключением договоров на поставку и продажу товаров, контролем за выполнением условий договоров. Основными задачами отдела являются: продажа товара через заключенные договора и расширение рынка сбыта, получение прибыли от продажи товаров.

Заведующий складом обеспечивает правильный учет материальных ценностей на складе, вырабатывает и внедряет организационно-техническое мероприятия на улучшение работ по учету материальных ценностей на складе, организует работу по своевременной сверке наличия остатков на материальном складе. Сверяет остатки и движение товаров на складе с остатками по бухгалтерскому учету, ведет книгу учета по движению товаров, обеспечивает работу по своевременной сверке наличия остатков на складе, также следит за наличием и исправностью противопожарных средств защиты.

Бухгалтерский учет построен в соответствии с учетной политикой для целей бухгалтерского учета, которая, утверждена генеральным директором ООО «Амурхозторг».

## **2.2 Анализ основных финансовых показателей деятельности ООО «Амурхозторг»**

Финансовый результат является результатом хозяйственной деятельности организации и выражается в виде прибыли или убытка, который определяется как разница между доходами и расходами организации в таблице 4. Анализ проведен на основании бухгалтерской финансовой отчетности, представленной в Приложениях А,Б,В). На основании таблицы 4 можно сказать о том, что выручка у анализируемого предприятия увеличивается, если в 2015 году она составляла 67732 тыс. руб., то к 2017 году ее размер составил 174218 тыс. руб.

Себестоимость продаж так же имеет тенденцию увеличения, если в 2015 году этот показатель составлял 65752 тыс. руб., то к 2017 году он увеличился до 169105 тыс. руб.

Таблица 4 – Анализ динамики финансовых результатов ООО «Амурхозторг» в

2015– 2017годы

в тыс. руб.

Показатель	Период исследования			Абсолютные изменения		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Выручка	67732	168493	174218	100761	5725	248,8	103,39
Себестоимость продаж	65752	164285	169105	98533	4820	249,9	102,93
Валовая прибыль	1980	4208	5113	2228	905	212,5	121,50
Коммерческие расходы	1508	1453	1518	-55	65	96,4	104,47
Прибыль от продаж	472	2755	3595	2283	840	583,7	130,49
Прочие доходы	-	-	-	-	0	-	-
Прочие расходы	14	20	34	6	14	142,9	170
Прибыль до налогообложения	458	2735	3561	2277	826	597,2	130,20
Текущий налог на прибыль	92	547	618	455	71	594,6	112,97
Чистая прибыль	366	2188	2943	1822	755	597,8	134,50
Рентабельность продаж	0,029	0,025	0,029	-0,004	0,004	-	116
Рентабельность	0,007	0,016	0,045	0,009	0,029	-	281,25

Валовая прибыль у ООО «Амурхозторг» возрастает, в 2015 году этот показатель составлял 1980 тыс. руб., в 2016 году он увеличился на 112,5 % и составил 4208 тыс. руб., в 2017 году так же наблюдается увеличение данного показателя до 5113 тыс. руб.

Прибыль от продаж увеличивается, в 2015 году этот показатель составлял 472 тыс. руб., в 2016 году он увеличился до 2755 тыс. руб., в 2017 году этот показатель увеличился до 3595 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия возрастает, так в 2015 году этот показатель составлял 366 тыс. руб., в 2016 году он увеличился на 1822 тыс. руб., а в 2017 году увеличение данного показателя составило 34,5 %.

Динамика валовой и чистой прибыли ООО «Амурхозторг» за 2015-2017 гг. представлена на рисунке 7.

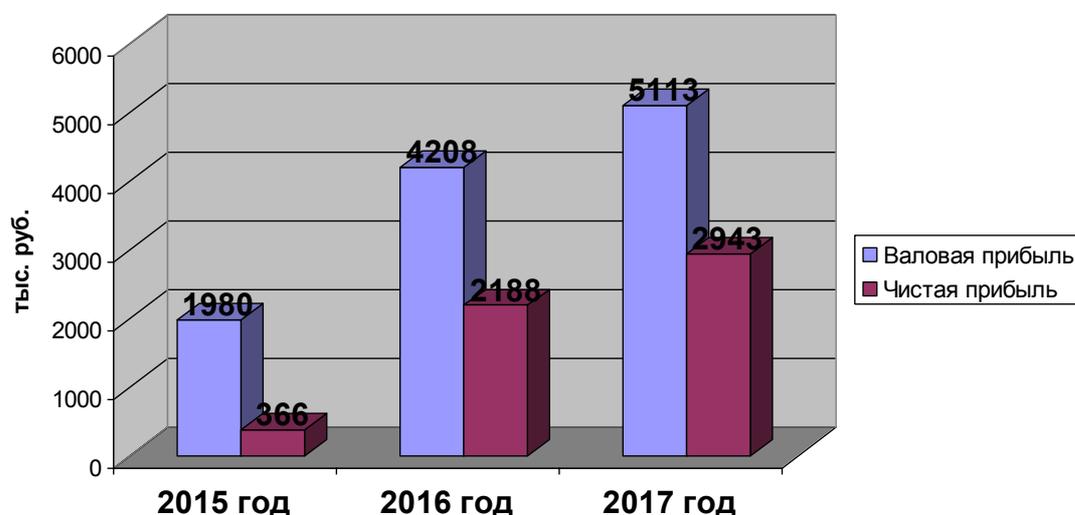


Рисунок 7 – Динамика чистой и валовой прибыли ООО «Амурхозторг» за 2015-2017гг.

Анализ товарооборота предприятия.

Анализ продажи товаров наглядно показывает, насколько эффективно организована сбытовая политика предприятия.

В ходе анализа определяются группы товаров, пользующиеся большим спросом, а так же товары с низким показателем оборачиваемости. Благодаря этому организация может корректировать и планировать закупки для более эффективных продаж. Товарооборот предприятия является одним из главных показателей его деятельности. От объема товарооборота зависит финансовое состояние организации. Первое с чего нужно начать анализ – это изучить динамику изменения товарооборота в целом в ООО «Амурхозторг» (таблица 5).

Для определения товарооборота в сопоставимых ценах необходимо фактический его объем за период, с которого изменились цены, разделить на индекс цен (индекс инфляции) на товары. Индекс потребительских цен в 2016 г. составил 15,9 %, в 2017 г. в среднем составил 5,4 %.

Таблица 5 – Динамика товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015 - 2017 гг.

	Фактический товарооборот, тыс. руб.	Цепной темп роста, %	Базисный темп роста, %
--	-------------------------------------	----------------------	------------------------

Годы	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	В действующих ценах	В сопоставимых ценах
2015	22408	22408	100	100	100	100
2016	67732	56963	302,3	254,2	302,3	254,2
2017	168493	159394	248,8	279,8	751,9	711,3

Из таблицы 5 видно, что за последние три года товарооборот ООО «Амурхозторг» увеличился в 7,5 раз к фактическому товарообороту 2015 года. Товарооборот компании за 2017 год в сопоставимых ценах составил 159394 тыс. руб., что выше показателя 2015 г. в 7,1 раз, а по отношению к 2016 году рост составил 2,5 раза или 102431 тыс. руб.

За счет роста количества реализованных товаров (физического объема розничного товарооборота) товарооборот увеличился на 91662 тыс. руб. (159394 - 67732), и в связи с увеличением розничных цен на товары товарооборот увеличился на 9099 тыс. руб. (168493 - 159394).

На рисунке 8 представлена динамика товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 в действующих и сопоставимых ценах.

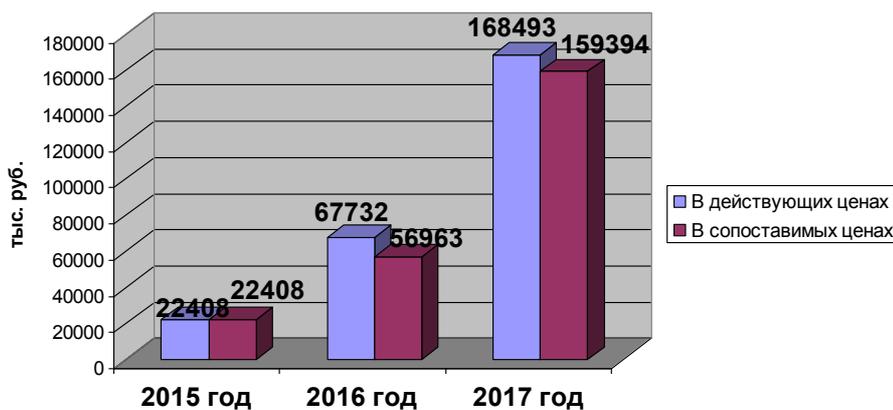


Рисунок 8 – Динамика товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 в действующих и сопоставимых ценах

Далее проведем анализ изменения товарооборота по отдельным видам товаров в ООО «Амурхозторг» в таблице 6.

Таблица 6 – Динамика товарооборота по отдельным видам товаров ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 годы

в тыс. руб.

Показатель	Период исследования			Абсолютные изменения		Темп прироста, %	
	2015	2016	2017	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
Товарооборот	22408	67732	168493	45324	100761	202,3	148,8
Детские подгузники	-	12869	33699	12869	20830	-	161,9
Мыло	5602	14901	35384	9299	20482	166,0	137,5
Средства для стирки и ухода за тканями	4930	13546	37068	8617	23522	174,8	173,6
Уход за полостью рта	3361	10838	25274	7477	14436	222,4	133,2
Уход за кожей и волосами	8515	15578	37068	7063	21490	83,0	137,9

Из таблицы 6 можно сделать следующий вывод: общая величина товарооборота ООО «Амурхозторг» повышается на протяжении всего анализируемого периода. В 2016 году увеличение составило 45324 тыс. руб. (в 3 раза). В 2017 году по сравнению с 2016 товарооборот ООО «Амурхозторг» вырос на 100761 тыс. руб. (в 2,5 раза).

По всему ассортименту товаров наблюдается рост продаж, причем продажи детских подгузников ООО «Амурхозторг» начались в 2015 году. Рост продаж по этой группе составил почти 21 млн. руб. (в 2,6 раза), продажи мыла ООО «Амурхозторг» выросли в 2,3 раза, средства для стирки и ухода за тканями в 2,7 раз, уход за полостью рта в 2,3 раза, уход за кожей и волосами в 2,4 раза.

В таблице 7 представлен структурный анализ товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015-2017.

На рисунке 9 представлена структура товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 гг.

Как видно из рисунка 9 наибольшую долю в структуре товарооборота в 2015-2016 гг. составляла реализация мыла (2015 г.- 25%; 2016 г. -22%), в 2017 году наибольшую долю в структуре товарооборота занимали средства для

стирки и ухода за тканями- 22%. В 2015 году ООО «Амурхозторг» не занималось реализацией детских подгузников, поэтому по данной товарной группе нет данных по реализации.

Таблица 7 – Структурный анализ товарооборота в ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 годы

Показатель	2015г.		2016г.		2017г.		Изменение доли, %	
	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	2015 к 2014	2016 к 2015
Товарооборот	22408	100	67732	100	168493	100	0	0
Детские подгузники	-	-	12869	19	33699	20	19	1
Мыло	5602	25	14901	22	35384	21	-3	-1
Средства для стирки и ухода за тканями	4930	22	13546	20	37068	22	-2	2
Средства по уходу за полостью рта	3361	15	10838	16	25274	15	1	-1
Средства по уходу за кожей и волосами	8515	38	15578	23	37068	22	-15	-1

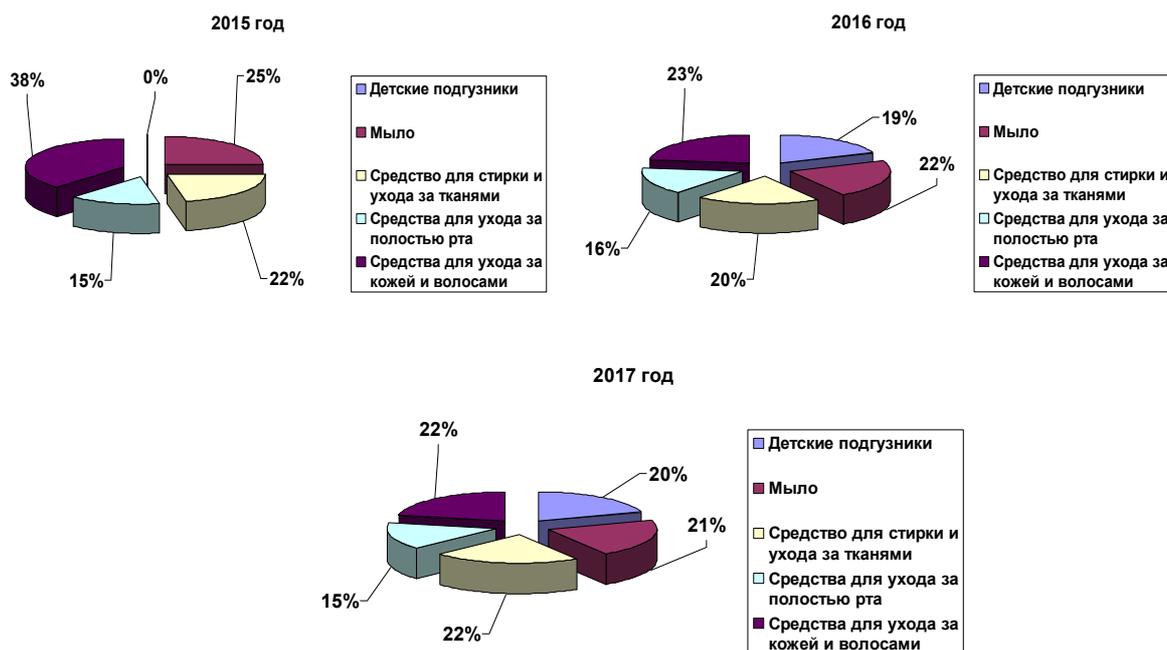


Рисунок 9 – Структура товарооборота ООО «Амурхозторг» за 2015 – 2017 гг.

В 2016 и 2017 годах самые низкие показатели в структуре товарооборота занимают средства по уходу за полостью рта- 16 % и 15 % соответственно.

Таким образом, наблюдается стабильное состояние в структуре ассортимента. Увеличение товарооборота в действующих ценах наблюдается по всем видам представленного ассортимента товаров.

Главный фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов.

Следует отметить, что на величину товарооборота оказывают влияние такие факторы, как: сумма товаров на начало года; сумма товаров на конец года; поступление товарных запасов в течение года.

Проведем расчет влияния факторов на объем товарооборота в ООО «Амурхозторг» (таблица 8).

Таблица 8 - Влияние факторов на величину товарооборота в ООО«Амурхозторг» за 2015 - 2017 гг

в тыс. руб.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	Абсолютное отклонение (+,-)	
				2017г. к 2015г.	2017г. к 2016г.
Товарооборот	22408	67732	168493	45324	100761
Остаток товаров на начало года	37	2280	11195	2243	8915
Поступление товаров за год	24651	76647	192586	51996	115939
Остаток товаров на конец года	2280	11195	35288	8915	24093

Из таблицы 8 следует, что увеличение объема товарооборота в 2016 году на 45324 тыс. руб. произошло за счет роста объемов закупок на 51996 тыс. руб., увеличения товаров на начало года на 2243 тыс. руб. и на конец года

на 8915 тыс. руб. В 2017 году по прежнему сохраняется тенденция к росту объемов поступления товаров на 115939 тыс. руб. по сравнению с 2016 годом. Такое увеличение привело к росту товарооборота в 2017 году на 100761 тыс. руб.

Таким образом, увеличение закупаемых товаров просматривается на всем протяжении исследуемого периода, это может являться отрицательным моментом, поскольку наблюдается увеличение остатков на складах как в 2016, так и в 2017 году.

Следовательно, нерационально закупать больше товара, так как появляется риск избытков продукции, что отрицательно влияет на платежеспособность предприятия.

### **2.3 Оценка состояния и эффективности использования трудовых ресурсов предприятия торговли**

Штатное расписание - документ, которым устанавливается состав и численность персонала компании с учетом ее организационной структуры. Порядок его разработки и частоту составления работодатель вправе регламентировать своими внутренними нормативными актами.

Штатное расписание представляет собой документ, отражающий структуру предприятия, в котором для каждого из подразделений устанавливается состав и численность специалистов определенных должностей, профессий, специальностей.

В таблице 9 представлена выписка из штатного расписания ООО «Амурхозторг» по состоянию на 31.12.2017г.

Таблица 9 - представлена выписка из штатного расписания ООО «Амурхозторг» по состоянию на 31.12.2017 г.

Должность	Количество штатных единиц чел.	Сумма оклада сотрудников (руб.)
Генеральный директор	1	30 000
Главный бухгалтер	1	20 000
Бухгалтер	2	18 000
Заведующий складом	1	18 000

Кассир	6	16 000
Сотрудники отдела продаж	6	15 000
Менеджер отдела	2	14 000
Итого	19	318 000

В ООО «Амурхозторг» к концу 2017 года работают 19 человек.

Динамика показателей трудовых ресурсов ООО «Амурхозторг» представлена в таблице 10.

Как видно из таблицы 10 в ООО «Амурхозторг» количество персонала значительно увеличилось, если в 2015 году на предприятии работало 8 человек, то к концу 2017 году это количество увеличилось вдвое. На предприятие премиальная система стимулирования сотрудников. Премии выдаются к праздникам. Все сотрудники имеют фиксированный оклад, который зафиксирован в штатном расписании.

Таблица 10- Динамика показателей трудовых ресурсов ООО «Амурхозторг»

Показатель	Период исследования			Абсолютные изменения		Темп роста, %	
	2015 г.	2016г.	2017г.	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Выручка, тыс.руб.	22408	67732	168493	45324	100761	302,3	248,8
Среднесписочная численность персонала, чел.	8	11	19	3	8	137,5	172,7
Выручка на одного работника, тыс. руб. / чел.	2801	6157	8868	3356	2711	219,8	144,0

Анализ среднесписочной численности сотрудников ООО «Амурхозторг» представлен в таблице 11.

Таблица 11- Среднесписочная численность сотрудников ООО «Амурхозторг» в 2015-2017гг.

Количество сотрудников			Отклонение (+,-)	
2015 г.	2016 г.	2017 г.	2016г./2015г.	2017г./2016г.
8	11	19	+3	+8

На рисунке 10 представлена динамика среднесписочной численности персонала в 2015-2017 гг.

Проведем анализ движения персонала, который представлен в таблице 12.

На основании проведенного исследования по анализу движения персонала выявлено, что коэффициент оборота по приему к 2016 году сократился с 50 % до 42 %; коэффициент текучести рабочей силы в 2016 году снизился с 37,5 % до 5,26 %. Это говорит о том, что работникам предложили хорошие условия работы, такие как: высокую заработную плату, премирование.

Производительность труда – это показатель, характеризующий результативность конкретного живого труда и эффективность производственной деятельности по созданию продукта в течение определённого периода времени. Рост производительности труда достигается на основе технического прогресса путём внедрения новой техники, технологии, повышения образовательного уровня, улучшения профессиональной подготовки кадров и их экономической заинтересованности.

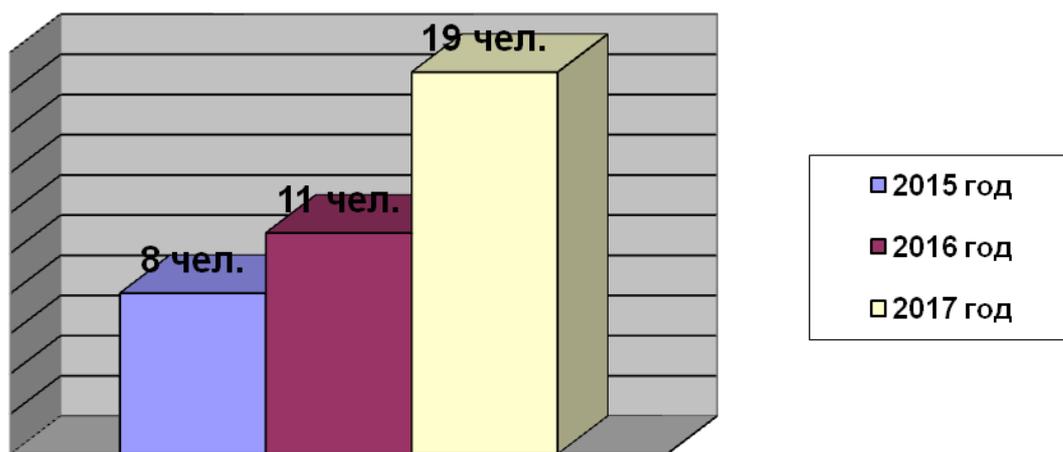


Рисунок 10 – Динамика среднесписочной численности персонала в 2014-2016 гг.

Таблица 12- Анализ движения персонала, работающего в ООО «Амурхозторг» 2015-2017 гг.

Показатели	Период исследования
------------	---------------------

	2015 год	2016 год	2017 год
Среднесписочная численность персонала (чел.)	8	11	19
Принято на работу (чел.)	4	5	8
Количество уволенных за год в том числе: (чел.)	3	2	1
По собственному желанию (чел.)	0	1	0
За нарушение трудовой дисциплины (чел.)	1	1	1
Коэффициент оборота по приему в %	50	45	42
Коэффициент текучести в %	37,5	18,2	5,26

В таблице 13 представлены показатели производительности труда в ООО «Амурхозторг». Таким образом, как показал проведенный анализ производительность труда сотрудников увеличивается, данное увеличение обусловлено увеличением к 2016 году общего количества сотрудников.

Фонд оплаты труда - это общая сумма денежных выплат, стоимость натуральной оплаты за работу, выполненную рабочими и служащими по трудовому договору, и по структуре состоит из разных частей. Анализ применения средств на оплату труда на любом предприятии имеет огромное значение. В процессе анализа следует осуществлять периодический контроль за использованием фонда оплаты труда, выявлять возможности экономии средств с помощью подъема производительности труда и понижения трудоемкости продукции. Следует отличать затраты, включаемые в фонд оплаты труда предприятия, и затраты на оплату труда, относимые на издержки производства и обращения.

Таблица 13 - Показатели производительности труда в ООО «Амурхозторг»

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-)	Отклонение (+,-)
				2016г./2015г.	2017г./2016г.
Объем реализации продукции и услуг, тыс.руб.	22408	67732	168493	45324	100761
Численность персонала, чел.	8	11	19	+3	+8
Общее число отработанных рабочими за год человеко-дней, тыс.	11,5	12,65	12,88	1,38	112,0
Общее число отработанных рабочими за год человеко-часов, тыс.	92,0	101,2	103,04	11,04	112,0
Среднегодовая выработка одного работника, тыс.руб.	662	667	613	-49	91,8
Среднегодовая выработка одного рабочего, тыс.руб.	728	728	667	-61	91,6
Удельный вес рабочих в	90,9	91,7	91,8	0,9	100,9

численности работников, %					
Среднее число дней, отработанных одним рабочим за год	230	230	230	-	100,0
Средняя продолжительность рабочего дня, ч	8	8	8	-	100,0
Среднедневная выработка одного рабочего, тыс. руб.	3,16	3,16	2,90	-0,26	91,6
Среднечасовая выработка, тыс.руб.	0,395	0,395	0,363	-0,032	91,7

В таблице 14 представлен анализ фонда заработной платы в ООО «Амурхозторг». На основании проведенного анализа выявлено, что фонд оплаты труда к концу 2017 года увеличился вдвое, если в 2015 году он составлял 1908 тыс. руб., то к концу 2017 году она составил 3816 тыс. руб.

Таблица 14 - Анализ фонда заработной платы в ООО «Амурхозторг»

Показатель	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение (+,-)	Отклонение (+,-)
Среднесписочная численность, чел.	8	11	19	+3	+8
Фонд заработной платы, за год, тыс. руб.	1908	2098	3816	+190	1718

Таким образом, можно сказать о том, что на предприятии ООО «Амурхозторг» сложилась благоприятная обстановка для персонала, количество сотрудников с каждым годом увеличивается, соответственно и растет фонд заработной платы. На предприятии предусмотрены стимуляционные мероприятия. Текущая кадров низкая, сотрудников условия труда на предприятии удовлетворяют.

### 3 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ООО «АМУРХОЗТОРГ»

#### 3.1 Анализ коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг»

Коммерческая деятельность предприятий также подчиняется определенным принципам, которые необходимо учитывать для достижения поставленных целей.

К ним относятся:

- развитие и осуществление коммерческой деятельности на основе современных достижений в теории и практике маркетинга -менеджмента;
- обучение и мотивация труда специалистов коммерческой службы;
- сочетание личной инициативы и высокой ответственности специалистов -коммерсантов;
- оперативной и тактической работы всех функциональных подразделений стратегическим целям предприятия на рынке.

Деятельность ООО «Амурхозторг» считается торгово-закупочной, товары закупаются оптом для реализации в розничную торговлю. ООО «Амурхозторг» постоянно расширяет собственную сбытовую сеть, оснащенную современным складским комплексом, чтобы обеспечить максимально оперативную работу.

В ООО «Амурхозторг» с целью снижения затрат на закупку товара и его хранение необходимо совершенствование системы закупки и сбыта товаров.

Данные пути приведут также к улучшению финансового состояния компании и повысят эффективность ее деятельности.

Наиболее высокие затраты данной компании связаны с нарушением поставщиками договора поставки, сбоями при доставке товара и несоответствием товара заявленному качеству.

Поэтому ООО «Амурхозторг» следует определить мероприятия по совершенствованию сбытовой и закупочной работы с целью уменьшения

затрат процесса обращения и увеличения прибыли от осуществления коммерческой деятельности.

Кроме этого следует произвести замену способа закупки товаров. Для некоторых групп товаров можно осуществлять закупки по котировочным ведомостям. Преимущества данного метода - это ускорение оборачиваемости средств ООО «Амурхозторг», снижение затрат на учет и хранение, своевременность поставок товаров для реализации их населению.

Стоит отметить тот факт, что изменение графика завоза товаров овощных и кисломолочных групп позволит ООО «Амурхозторг» сократить расходы на хранение, освободить место на складе для хранения других видов товаров.

Кроме этого важно для ООО «Амурхозторг» рассмотреть вариант использования собственного транспорта для доставки товаров, заказываемых мелкими партиями. Некоторые виды товаров ООО «Марей» закупает по мере необходимости мелкими партиями на оптовых базах и складах. В этом случае предприятию приходится арендовать грузовой транспорт для доставки товара, поскольку имеющийся не вмещает необходимую для перевозки партию товара. Приобретение собственного более вместительного транспорта позволит ООО «Амурхозторг» уменьшить расходы на доставку таких видов продукции в магазин.

Сокращение срока поставок по всей цепи делает возможным реализацию системы «точно в срок», которая помогает в той или иной степени решить каждую из этих проблем. Отличительными чертами системы «точно в срок» являются меньшие партии поставок, сокращение их сроков, уменьшение отходов и потерь и более оперативная реакция на проблемы с качеством.

При этом стоит учитывать тот факт, что для этих систем критически важны отношения с поставщиками, которые имеет компания ООО «Амурхозторг». Если ООО «Амурхозторг» не в состоянии извлечь все выгоды из системы «точно в срок», тогда ее поставщики также не будут управлять своим производством и поставками аналогичным образом.

Как и на любом предприятии в ООО «Амурхозторг» имеются сильные и слабые стороны, в самой организации, более детально сильные и слабые стороны ООО «Амурхозторг» представлены при помощи SWOT-анализа (таблица 15), который поможет оценить все возможности и угрозы организации, тем самым помочь выявить пути совершенствования организации в условиях конкуренции.

Таблица 15 - SWOT-анализ ООО «Амурхозторг»

Возможности	Угрозы
1. Рост доходов населения; 2. Снижение уровня инфляции; 3. Рост оборота розничной и оптовой торговли; 4. Совершенствование производства; 5. Появление новых видов товаров; 6. Совершенствование технологий сбыта и продвижения; 7. Рост потребления хозяйственных товаров; 8. Большое влияние рекламы на потребителей; 9. Поддержка российских производителей.	1. Рост стоимости платных услуг; 2. Высокий уровень конкуренции на рынке; 3. Присутствие на рынке мировых лидеров по производству хозяйственных товаров; 4. Рост пошлин на ввозимое сырье; 5. Рост цен на сырье влечет за собой непостоянство цен на продукцию, скачки спроса.
Сильные стороны:	Сила и возможности:
1. Репутация производителя качественной продукции; 2. Использование современного оборудования; 3. Широкий ассортимент; 4. Доступная цена; 5. Широкое покрытие рынка России;	1. Увеличение производственных мощностей усиление маркетинга, в первую очередь, поведение маркетинговых исследований; 2. Увеличение рекламной активности; 3. Расширение ассортимента 4. Оптимизация сбыта.
Слабые стороны:	Слабость и возможность:
1. Отсутствие активной рекламной деятельности; 2. Зависимость от поставщиков; 3. Мало инновационных внедрений в производство; 4. Слишком большой ассортимент, наличие в производстве продукции, не пользующейся спросом;	1. Повышение оперативности; 2. Контроль сроков выполнения заказов; 3. Расширение спектра дополнительных и основных услуг; 4. Поиск новых поставщиков и взаимовыгодных контрактов; 5. Проведение рекламной кампании одновременно с активными продажами.

По результатам анализа можно сделать следующие выводы:

Во-первых, ООО «Амурхозторг» организует реализацию хозяйственных товаров, используя при этом современное оборудование. Это позволяет продавать большие объемы конкурентоспособной, качественной продукции.

Во-вторых, в реализации присутствует продукция, пользующаяся слабым спросом. Для нахождения оптимальной комбинации товаров, обеспечивающей

максимальную доходность, необходимо провести анализ БКГ, который так же поможет исключить убыточные виды товаров. Наличие в реализации продукции, пользующейся слабым спросом, требует проведения целенаправленных маркетинговых компаний. Предприятие проводит слабую рекламную компанию, вероятно, рассчитывая на то, что достигнутой популярности у населения вполне достаточно.

В-третьих, у ООО «Амурхозторг» существуют следующие угрозы: зависимость от поставок товаров, постоянный рост цен, что влечет за собой скачкообразное ценообразование.

В-четвертых, основными направлениями развития предприятия являются: усиление маркетинговой и рекламной активности, проведение маркетинговых исследований, формирование осведомленности и лояльности конечных потребителей, а также оптимизация сбыта и выстраивание взаимоотношений с розничными посредниками.

Основными препятствиями на пути к реализации поставленных целей является высокий уровень конкуренции на рынке. Для решения этой проблемы необходимо решить ряд более мелких проблем (рисунок 11).

Так же стоит отметить, что основными факторами конкурентоспособности ООО «Амурхозторг» являются долгосрочные связи, оптимальное соотношение цены и качества реализуемых товаров, эффективная система дистрибуции. Общество использует систему мониторинга цен, как оптовых, так и розничных, которая охватывает основные рынки и позволяет держать конкурентоспособную цену при столь же высоком качестве, как и у других производителей (Общество получило сертификат качества международного образца ИСО-9001:2001).

Метод оценки приоритета проблем поможет определить приоритет проблемы с точки зрения важности и неотложности ее решения. Приоритеты оцениваются по 10 балльной шкале (таблица 16).

Проведя логический анализ таблицы, можно увидеть, что наиболее важными проблемами для предприятия на данный момент являются:

- отсутствие оптимального ассортимента;
- проблема финансирования;
- взаимовыгодных отношений с розничными операторами.

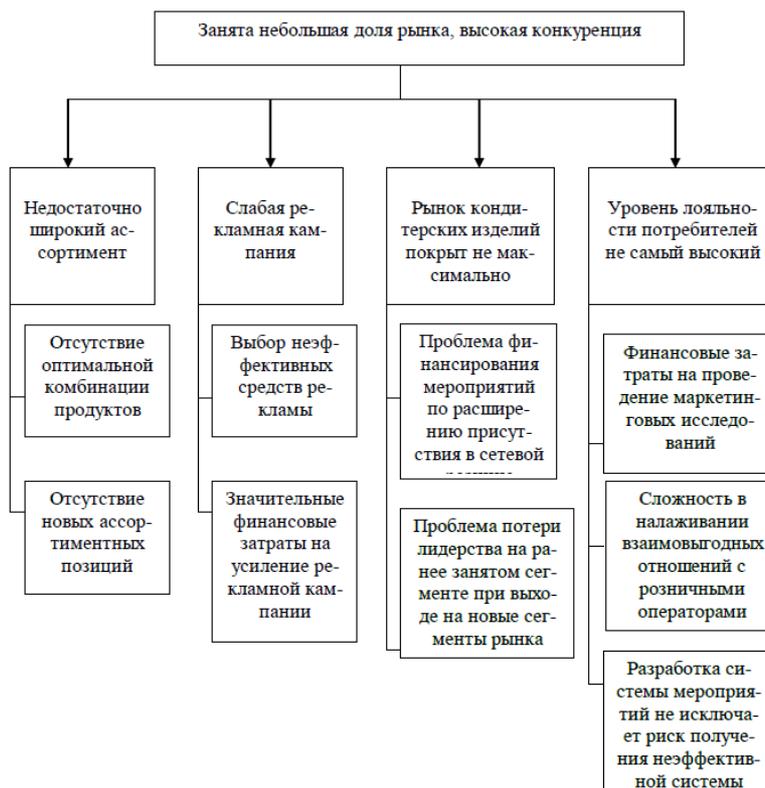


Рисунок 11 – «Дерево проблем» ООО «Амурхозторг»

Для более полного и подробного анализа построим граф проблем. Использование метода графа проблем начинается с построения матрицы проблем, при помощи которой, с учетом экспертных оценок, определяются причинно-следственные связи между проблемами.

На основе полученных данных построим граф проблем. Граф проблем поможет определить, какую проблему решать в первую очередь (рисунок 12). Диаметр круга графа выражает важность данной проблемы как причины появления других проблем. Соединительная стрелка означает направленность причинной связи.

Проанализировав граф проблем можно отметить, что на предприятии ООО «Амурхозторг» существует пять важных проблем, которые необходимо решить для улучшения предприятия.

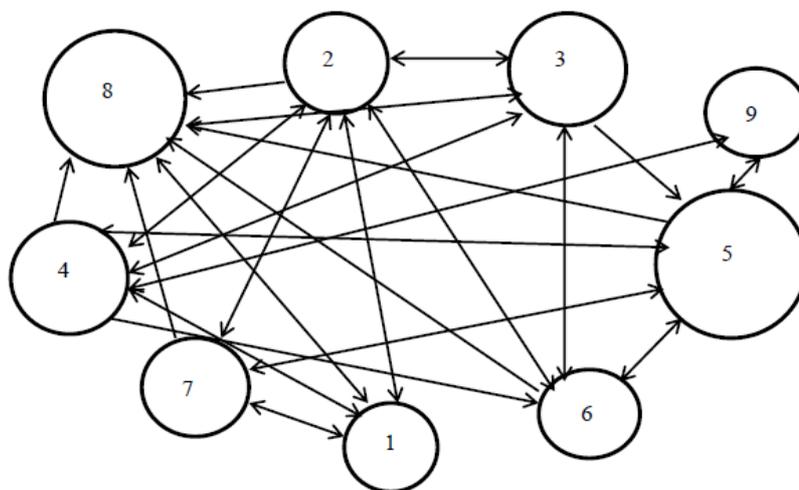


Рисунок 12 – Граф проблем ООО «Амурхозторг»

Граф проблем показывает, что в первую очередь надо добиваться уменьшения влияния проблем 5 – проблема финансирования мероприятий по расширению присутствия в сетевой рознице, 8 - сложность налаживания взаимовыгодных отношений с розничными операторами. Это окажет положительное воздействие и на решение проблем:

- 1) отсутствие оптимального ассортимента;
- 2) отсутствие новых ассортиментных позиций;
- 3) выбор неэффективных средств рекламы;
- 4) финансовые затраты на усиление рекламной кампании;
- 7) финансовые затраты на проведение маркетинговых исследований.

В последнюю очередь можно решать проблемы - 6, 9, проблему потери лидерства на ранее занятом сегменте при выходе на новый сегмент и проблему вероятности получения неэффективной системы по повышению лояльности потребителей.

Исходя из этого для ООО «Амурхозторг» можно определить следующие основные направления повышения конкурентоспособности:

Во-первых, создание собственной сбытовой сети, что позволит увеличить долю рынка и объем продаж.

Во-вторых, уменьшение зависимости от поставщиков сырья и

материалов.

В-третьих, повышение гибкости производственного оборудования основе организации тесного взаимодействия с предприятиями машиностроения.

В-четвертых, использование для снижения относительных издержек эффекта масштаба производства.

Таким образом, проанализировав фактические проблемы коммерческой деятельности и конкурентоспособности ООО «Амурхозторг» можно сделать вывод, что на предприятии недостаточно широкий ассортимент, тем самым не совсем учитываются предпочтения потребителей, также стоит выделить проблему слабой рекламной компании, так как на рекламу предприятие уделяет совсем мало денежных средств, тем самым теряется рекламная кампания, и наконец, на предприятие стоит острая проблема с финансированием, необходимо привлекать как можно больше инвесторов для внедрения новых технологий.

### **3.2 Пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг» в условиях конкуренции**

Данный раздел выпускной квалификационной работы начинается с разработки «дерева целей» для ООО «Амурхозторг», которое поможет определить главные цели для решения проблем конкурентоспособности на предприятии ООО «Амурхозторг».

Генеральной целью ООО «Амурхозторг» является укрепление положения кондитерской фабрики на рынке и увеличение доли рынка. Для достижения этой цели необходимо реализовать следующие подцели:

- 1) расширить ассортимент предлагаемой продукции: разработать и ввести новые ассортиментные позиции;
- 2) провести рекламную кампанию: выбрать наиболее эффективные для рынка рекламные средства и использовать их при проведении рекламной кампании;
- 3) расширить присутствие компании в сетевой рознице, то есть

максимально покрыть рынок;

4) сформировать лояльность потребителей: провести опрос с целью выявления удовлетворенности товарами, реализуемыми ООО «Амурхозторг»; построить систему взаимоотношений с розницей, стремиться к максимальному приближению к конечным потребителям; выявить ключевые критерии лояльности потребителей; разработать систему мероприятий по формированию лояльности потребителей.

Все указанные выше подцели необходимо сформулировать по элементам маркетинг-микса:

- Product. Расширение ассортимента предприятия до полного ассортимента кондитерской продукции, который существует на рынке в настоящее время путем добавления новых ассортиментных позиций.

- Price. Формирование цены на основе закупочных цен на сырье, а также цен конкурентов.

- Place. Приобретение новых производственных площадей, становление развитой сбытовой сети, выход на новые рынки.

- Promotion. Комплексное продвижение продукции предприятия.

Дерево целей для ООО «Амурхозторг» представлено на рисунке 13 (Приложение В).

Кроме того, в 2018 году планируются мероприятия по реконструкции складского хозяйства, его максимальная механизация и автоматизация. В ближайшей перспективе запланирован демонтаж морально устаревшего оборудования, а также осуществление дополнительной комплектации нового оборудования в целях увеличения объемов продаж.

Разработанная стратегия развития позволит ООО «Амурхозторг» достичь генеральной цели, поставленной на ближайший год. Реализация стратегии не требует больших финансовых затрат, сопряжена с незначительными рисками, в связи с чем может считаться эффективной. Результатом станет повышение осведомленности конечных потребителей о продукции предприятия и налаживание тесных связей с розничными операторами.

Еще одним способом совершенствования коммерческой деятельности ООО «Амурхозторг» может послужить совершенствование процесса сбыта, посредством участия в конкурсах на поставку товаров для муниципальных нужд.

Узнать информацию о таких заказах и поучаствовать в них можно, зарегистрировавшись на сайте [initpro.ru](http://initpro.ru).

Использование системы ИнитПро позволит ООО «Амурхозторг» сэкономить временные ресурсы при работе на рынке закупок с тендерами Амурской области.

Сервис предоставляет своим зарегистрированным пользователям комфорт и высокую скорость при работе с аукционами благодаря обилию возможностей и уникальных инструментов.

ООО «Амурхозторг» имея глубокий ассортимент товаров, а также возможность обеспечить своевременную и комплексную поставку, может конкурировать за муниципальные и государственные заказы.

Причины использования ООО «Амурхозторг» данного направления реализации товаров:

- 66,34 % государственных закупок обеспечивают компании малого и среднего бизнеса. У ООО «Амурхозторг» будет отличная возможность составить им конкуренцию;

- 10 % конкурсов признаются несостоявшимися из-за того, что на конкурс не было подано ни одной заявки. Необходимо использовать данный способ реализации товаров, чтобы не дать возможность заполучить заказы непосредственным конкурентам.

Это направление увеличения объемов продаж является перспективным для ООО «Амурхозторг».

Рассчитаем эффективность от участия в конкурсах на поставку товаров для муниципальных нужд:

- затраты связанные с введением данного мероприятия равны фиксированному проценту (10 %) от объема продаж, полученного в результате

участия в конкурсах. Функции по поддержке клиентов и участию организации в конкурсах ляжет на отдел продаж ООО «Амурхозторг»;

- плановый товарооборот. Согласно данным initpro, организации, чей товарооборот превышает 100 млн. руб. в год, в результате участия в конкурсах на поставку товаров для муниципальных нужд в среднем увеличивают показатель продаж на 1 – 4 %.

Для расчетов возьмем среднее значение 2,5 %.  $T_{\text{план}} = 168493 \times 1,025 = 172705$  тыс. руб.

Объем товарооборота от участия в конкурсах на поставку товара.  $T_{\text{кон}} = 172705 - 168493 = 4212$  тыс. руб.

Эффект от использования данного мероприятия  $E_{\text{абсол}} = 4212 \times 0,9 = 3791$  тыс. руб.

Эффективность мероприятия:

$$E_{\text{отн}} = 3791 : 168493 \times 100 \% = 2,25 \%$$

Эффективность данного мероприятия составила 2,25 %, а эффект 3791 тыс. руб.

Для ООО «Амурхозторг» участие в конкурсах на поставку товаров для муниципальных нужд является одним из способов увеличить товарооборот, не вкладывая в это дополнительных денежных средств, не отрывая их из оборота фирмы.

Представим динамику товарооборота ООО «Амурхозторг», вследствие предложенного мероприятия (рисунок 13).

Отдача, которую могут принести данное мероприятие, является отличным стимулом для сотрудников, которые получают прибавку к заработной плате. А ООО «Амурхозторг» достигаются преследуемые цели и задачи благодаря более эффективному использованию труда и увеличению товарооборота, что указывает на совершенствование коммерческой деятельности. С учетом проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что предприятие ООО «Амурхозторг» в рамках достижения генеральной цели на ближайшие годы нацелена на взаимодействие с различными операторами

рынка.

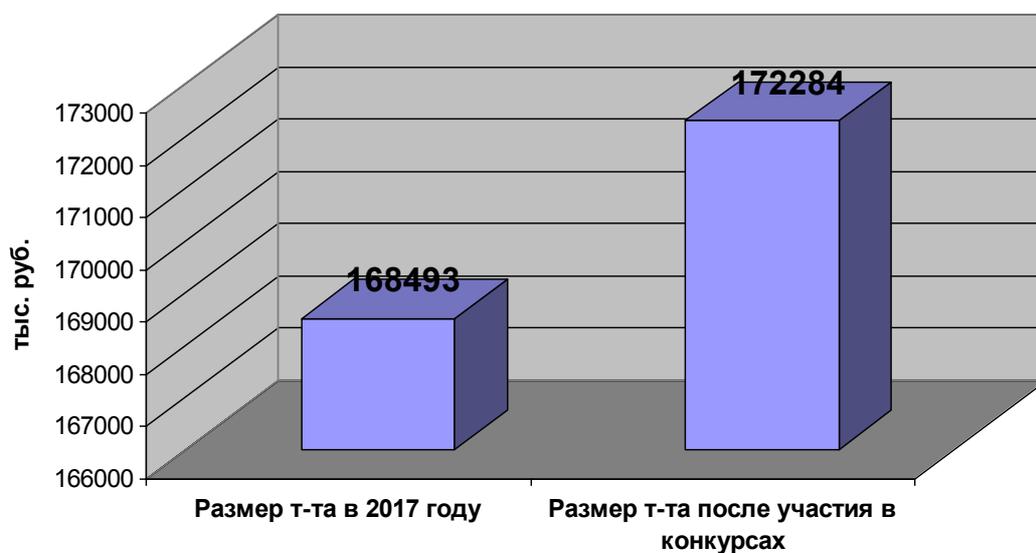


Рисунок 13 – Динамика реализации ООО «Амурхозторг», вследствие предложенного мероприятия

Это объясняется тем, что благодаря отлаженному взаимодействию с розничными операторами, возникнет возможность не только расширить сбытовую сеть предприятия, но и значительно повысить осведомленность потребителей об ООО «Амурхозторг» и выпускаемой им продукции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегия предприятия зависит от позиции на рынке, динамики его развития, его потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого товара или оказываемых услуг, состояния экономики, культурной среды и другого. Конкурентное управление - это в первую очередь продукт творчества высшего руководства, но в то же время можно говорить и о некой теории такого управления, знание которой позволяет более эффективно осуществлять управление организацией.

ООО «Амурхозторг» зарегистрирована 26 июня 2006 г. регистратором Межрайонная инспекция ФНС России № 1 по Амурской области. Руководитель организации: директор Плаксин Алексей Николаевич. Юридический адрес ООО «Амурхозторг» - 675000, Амурская область, город Благовещенск, шоссе 2 км Новотроицкого, база «Находка». Основным видом деятельности является «Торговля оптовая туалетным и хозяйственным мылом» и «Оптовая торговля парфюмерией и косметикой». Официальный дистрибьютор «Невская косметика».

Анализ финансового результата показал, что выручка у анализируемого предприятия увеличивается, если в 2015 году она составляла 67732 тыс. руб., то к 2017 году ее размер составил 174218 тыс. руб. Валовая прибыль у ООО «Амурхозторг» возрастает, в 2015 году этот показатель составлял 1980 тыс. руб., в 2016 году он увеличился на 112,5 % и составил 4208 тыс. руб., в 2017 году так же наблюдается увеличение данного показателя до 5113 тыс. руб. Прибыль от продаж увеличивается, в 2015 году этот показатель составлял 472 тыс. руб., в 2016 году он увеличился до 2755 тыс. руб., в 2017 году этот показатель увеличился до 3595 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия возрастает, так в 2015 году этот показатель составлял 366 тыс. руб., в 2016 году он увеличился на 1822 тыс. руб., а в 2017 году увеличение данного показателя составило 34,5 %.

За последние три года товарооборот ООО «Амурхозторг» увеличился в 7,5 раз к фактическому товарообороту 2015 года. Товарооборот компании за

2017 год в сопоставимых ценах составил 159394 тыс. руб., что выше показателя 2015 г. в 7,1 раз, а по отношению к 2016 году рост составил 2,5 раза или 102431 тыс. руб.

За счет роста количества реализованных товаров (физического объема розничного товарооборота) товарооборот увеличился на 91662 тыс. руб. (159394 - 67732), и в связи с увеличением розничных цен на товары товарооборот увеличился на 9099 тыс. руб. (168493 - 159394).

Анализ структуры ассортимента показал, что наибольшую долю в структуре товарооборота в 2015-2016гг. составляла реализация мыла (2015 г. - 25 %; 2016 г. - 22 %), в 2017 году наибольшую долю в структуре товарооборота занимали средства для стирки и ухода за тканями - 22 %. В 2015 году ООО «Амурхозторг» не занималось реализацией детских подгузников, поэтому по данной товарной группе нет данных по реализации. В 2016 и 2017 годах самые низкие показатели в структуре товарооборота занимают средства по уходу за полостью рта - 16 % и 15 % соответственно.

Анализ трудовых ресурсов показал, что в ООО «Амурхозторг» количество персонала значительно увеличилось, если в 2015 году на предприятии работало 8 человек, то к концу 2017 году это количество увеличилось вдвое.

На основании проведенного исследования по анализу движения персонала выявлено, что коэффициент оборота по приему к 2016 году сократился с 50 % до 42 %; коэффициент текучести рабочей силы в 2016 году снизился с 37,5 % до 5,26 %. Это говорит о том, что работникам предложили хорошие условия работы, такие как: высокую заработную плату, премирование.

На основании проведенного анализа выявлено, что фонд оплаты труда к концу 2017 года увеличился вдвое, если в 2015 году он составлял 1908 тыс. руб., то к концу 2017 году она составил 3816 тыс. руб.

Таким образом, можно сказать о том, что на предприятии ООО «Амурхозторг» сложилась благоприятная обстановка для персонала, количество сотрудников с каждым годом увеличивается, соответственно и растет фонд заработной платы. На предприятии предусмотрены

стимуляционные мероприятия. Текучесть кадров низкая, сотрудников условия труда на предприятии удовлетворяют.

Основными препятствиями на пути к реализации поставленных целей является высокий уровень конкуренции на рынке кондитерских изделий. Для решения этой проблемы необходимо было решить ряд более мелких проблем, которые представлены в виде «Дерево проблем».

На основании полученных данных была построена матрица проблем и граф проблем, на основании анализа были выявлены главные проблемы ООО «Амурхозторг», которые необходимо решить в короткие сроки.

Таким образом, по итогу всей работы были предложены мероприятия по улучшению конкурентоспособности ООО «Амурхозторг», такие как:

- расширить ассортимент предлагаемой продукции: разработать и ввести новые ассортиментные позиции;

- провести рекламную кампанию: выбрать наиболее эффективные для рынка рекламные средства и использовать их при проведении рекламной кампании;

- расширить присутствие компании в сетевой рознице, то есть максимально покрыть рынок;

- сформировать лояльность потребителей: провести опрос с целью выявления удовлетворенности потребителей реализованной продукции; построить систему взаимоотношений с розницей, стремиться к максимальному приближению к конечным потребителям; выявить ключевые критерии лояльности потребителей кондитерской продукции; разработать систему мероприятий по формированию лояльности потребителей.

С учетом проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что предприятие ООО «Амурхозторг» в рамках достижения генеральной цели на ближайшие годы нацелена на взаимодействие с розничными операторами рынка. Это объясняется тем, что благодаря отлаженному взаимодействию с розничными операторами, возникнет возможность не только расширить сбытовую сеть предприятия, но и значительно повысить осведомленность потребителей об ООО «Амурхозторг» и реализованной им продукции.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Брагин, Л.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация / Л.А.Брагин - М., 2014. -560 с.
- 2 Верестов, А.В. Коммерция и технология торговли / А.В. Верестов – СПб., 2016. - 415 с.
- 3 Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н.Виноградова – М.: Норма, 2013. - 308 с.
- 4 Гуняков, Ю.В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности: монография / Ю. В. Гуняков.-Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т., 2015 -180 с.
- 5 Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли / Л.П.Дашков. - М.: Маркетинг, 2013. - 227 с.
- 6 Долан, Э.Дж. Рынок. Микроэкономическая модель / Э.Дж Долан. - М.: ФиС, 2015. - 218 с.
- 7 Жигун, Л.А. Концепция синтеза ценовой и неценовой конкуренции / Л.А. Жигун// Маркетинг - 2013 - № 2. - С. 20-26
- 8 Каплина, С.А. Технология оптовой и розничной торговли / С.А. Каплина - М.: Академия, 2014. – 416 с.
- 9 Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: Учебное пособие. / Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. - СПб.: Политехника, 2013. - 322 с.
- 10 Курс экономической теории / Под ред. Чепурина М. Н., Киселева Е. А. - Киров: «АССА», 2016. - 315 с.
- 11 Курс экономической теории. Общие основы экономической теории, микроэкономика, макроэкономика, переходная экономика: Учебное пособие / Руководитель авторского коллектива и научный редактор профессор А.В. Сидорович. - М.: МГУ им М.В/ Ломоносова, Издательство «ДИС», 2014. - 761 с.
- 12 Леви, М. Основы розничной торговли / М.Леви. Пер. с англ. под ред.

Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2014. - 448с.

13 Львов, Ю. А Основы экономики и организации бизнеса / Ю.А. Львов. - СПб: Формика, 2015. - 92 с.

14 Мак Коннел К. Экономикс / Мак Коннел К. -М.: Республика, 2013.-620 с.

15 Никитин, С.В. Государство и проблема монополии/ С.В. Никитин // «МЭ и МО».-2014.- №7.- С.146 -150

16 Николаева, Т.И. Адаптация торговли к условиям рынка / Т.И.Николаева. - Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2015. - 167 с.

17 Николаева, Т.И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / Т.И.Николаева //Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - №4.- С.197

18 Новиков, О.А. Закупки и формирование товарного ассортимента / О.А. Новиков //Современная торговля. - 2016. - № 12. -С. 2-6

19 Организация процесса товародвижения на предприятиях торговли / Под ред. А.А.Петрова А.А. - М.: Экономика, 2014. -320 с.

20 Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности / Л.В.Осипова. Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2013. - 623 с.

21 Памбухчиянц, В.К. Основы оптовой и розничной торговли / В.К. Памбухчиянц. - М.: Приор, 2014. - 482с.

22 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г.Панкратов: Учебник – М.: Маркетинг, 2014. - 580 с.

23 Пигунова, О.В. Ассортиментная стратегия предприятия оптовой торговли/ О.В. Пигунова//Современная торговля. - 2014.- № 3- С.16-18

24 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность / Ф.П.Половцева. Учебник. - М.: Инфра-М, 2016. - 248 с.

25 Рузавин, Г.И. Основы рыночной экономики / Г.И.Рузавин. - М.: Юнити, 2016. - 215 с.

26 Сажина, М.А. Экономическая теория / М.А. Сажина. - М.: Инфра-М, 2014. -340 с.

- 27 Самокрутов, Н.К. Технология оптовой торговли / Н.К.Самокрутов. - М.: Статистика, 2015. - 513с.
- 28 Современная экономика /Под ред. Мамедова О.Ю. Ростов-на-Дону, «Феникс», 2013. – 292 с.
- 29 Современный супермаркет. Учебник по современным формам торговли. - Изд. 2-е. - М.: Издательство Жигульского, 2014. - 336с.
- 30 Староверова, О.В. Влияние рекламы на реализацию продукции/ О.В.Староверова // Социологические исследования.-2014. - № 8.- С.137 - 139
- 31 Стенлейк. Дж. Ф. Экономикс для начинающих / Дж.Ф.Стенлейк. - М.: Республика, 2014. -540 с.
- 32 Стенли, Ф. Экономика /Ф.Стенли. - М.: ФиС, 2015. - 310 с.
- 33 Толкачев, С.В. Несовершенная конкуренция / С.В.Толкачев // Российский экономический журнал. - 2013. -№ 5.- С. 12-16
- 34 Торговое дело / Под общ. Ред. Проф. Людков А.Б.-М.:Инфра - М., 2014. -290 с.
- 35 Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник. / Под ред. Л.А. Брагина и Т.П. Данько. – М.: Инфра-М, 2016. - 330 с.
- 36 Учебник по основам экономической теории / Под ред. Камаева В.Д. - М.: Владос, 2014. - 286 с.
- 37 Фаустов, К.В.Организация оптовой торговли / К.В.Фаустов – М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2014. – 381с.
- 38 Хисрик, Р.Д. Торговля и менеджмент продаж / Р.Д.Хирсик - М.: Филинь, 2016. – 240 с.
- 39 Чармэссон, Г. Торговая марка. Имя, которое принесет миллионы /Г.Чармэссон – Пер. с англ. Под ред. Д.Ю. Пригожева. – СПб.: Питер, 2013. – 528с.
- 40 Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие / Под общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: Инфра-М, 2016.-300 с.
- 41 Экономика торговли: Учебник / Под общ. ред. А.И. Покровского – М.: Экономика, 2013.- 320 с.

42 Экономика торгового предприятия. Учебник / Под ред. профессора Гребнева А.И. - М.: Экономика, 2016. -229 с.

43 Экономическая теория / Под ред. В. И. Видяпина, Г. П. Журавлевой. - М.: Изд-во Рос. Экон. Акад., 2014. - 250 с.

44 Экономическая теория. Учебник для вузов, III изд., СПбГУ-ЭиФ, Санкт – Петербург, 2013. -300 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А  
Бухгалтерский баланс на 2017 г

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 20 17 г.

Организация Общество с ограниченной ответственностью "Амурхозторг" по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
Вид экономической деятельности Оптовая торговля туалетным и хозяйственным мылом по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_ по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_ по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) \_\_\_\_\_ по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
Местонахождение (адрес) 675000, Амурская обл, г. Благовещенск, Новотроицкое шоссе

Коды		
0710001		
31	12	2017
94731046		
2801113338		
46.45.2		
12165		16
384 (385)		

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	Код	На <u>31 декабря</u> 20 <u>17</u> г. <sup>3</sup>	На 31 декабря 20 <u>16</u> г. <sup>4</sup>	На 31 декабря 20 <u>15</u> г. <sup>5</sup>
	<b>АКТИВ</b>				
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Нематериальные активы	1110			
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
	Основные средства	1150			
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
	Финансовые вложения	1170			
	Отложенные налоговые активы	1180	0	21	0
	Прочие внеоборотные активы	1190	0	21	0
	Итого по разделу I	1100			
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
	Запасы	1210	37612	35461	12039
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	2014	1961	0
	Дебиторская задолженность	1230	18367	17068	25204
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	6504	5281	0
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	14	7	26
	Прочие оборотные активы	1260			
	Итого по разделу II	1200	64511	59778	37269
	<b>БАЛАНС</b>	1600	<b>64511</b>	<b>59799</b>	<b>37269</b>

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	Код	На 31 декабря 20 17 г. <sup>3</sup>	На 31 декабря 20 16 г. <sup>4</sup>	На 31 декабря 20 15 г. <sup>5</sup>
	<b>ПАССИВ</b>				
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ<sup>6</sup></b>				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	( ) <sup>7</sup>	( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов	1340			
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
	Резервный капитал	1360			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2764	2595	406
	Итого по разделу III	1300	2774	2605	416
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1410			
	Отложенные налоговые обязательства	1420			
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400			
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
	Заемные средства	1510	5102	4070	0
	Кредиторская задолженность	1520	56635	53123	36853
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	61737	57193	36853
	<b>БАЛАНС</b>	1700	<b>64511</b>	<b>59799</b>	<b>37269</b>

Руководитель \_\_\_\_\_ Плаксин Алексей Николаевич  
 (подпись) (расшифровка подписи)

" 31 " \_\_\_\_\_ декабря 20 17 г.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах на 2016 г.

**Отчет о финансовых результатах**  
за январь-декабрь 20 16 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Амурхозторг"	Дата (число, месяц, год)	31	12	2016
Идентификационный номер налогоплательщика		Форма по ОКУД	0710002		
Вид экономической деятельности	Оптовая торговля туалетным и хозяйственным мылом	по ОКПО	94731046		
Организационно-правовая форма/форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью/частная собственность	ИНН	2801113338		
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)		по ОКВЭД	46.45.2		
		по ОКФС/ОКФС	12165		16
		по ОКЕИ	384 (385)		

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За январь-декабрь	
		20 16 г. <sup>3</sup>	20 15 г. <sup>4</sup>
	Выручка <sup>5</sup>	168493	67732
	Себестоимость продаж	( 164285 )	( 65752 )
	Валовая прибыль (убыток)	4208	1980
	Коммерческие расходы	( 1453 )	( 1508 )
	Управленческие расходы	( )	( )
	Прибыль (убыток) от продаж	2755	472
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению		
	Проценты к уплате	( )	( )
	Прочие доходы		
	Прочие расходы	( 20 )	( 14 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2735	458
	Текущий налог на прибыль	( 547 )	( 92 )
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)	2188	366

**Отчет о финансовых результатах**  
за январь-декабрь 20 17 г.

Организация Общество с ограниченной ответственностью "Амурхозторг" по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ по ОКПО  
Вид экономической деятельности Оптовая торговля туалетным и хозяйственным мылом по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_ по ОКОПФ/ОКФС  
Общество с ограниченной ответственностью/частная собственность по ОКЕИ  
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)

Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_  
Форма по ОКУД \_\_\_\_\_  
ИНН \_\_\_\_\_  
ОКВЭД \_\_\_\_\_  
по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_  
по ОКЕИ \_\_\_\_\_

Коды		
0710002		
31	12	2017
94731046		
2801113338		
46.45.2		
12165		16
384 (385)		

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>17</u> г. <sup>3</sup>		За <u>январь-декабрь</u> 20 <u>16</u> г. <sup>4</sup>	
	Выручка <sup>5</sup>	174218		168493	
	Себестоимость продаж	( 169105 )		( 164285 )	
	Валовая прибыль (убыток)	5113		4208	
	Коммерческие расходы	( 1518 )		( 1453 )	
	Управленческие расходы	( )		( )	
	Прибыль (убыток) от продаж	3595		2755	
	Доходы от участия в других организациях				
	Проценты к получению				
	Проценты к уплате	( )		( )	
	Прочие доходы				
	Прочие расходы	( 34 )		( 20 )	
	Прибыль (убыток) до налогообложения	3561		2735	
	Текущий налог на прибыль	( 618 )		( 547 )	
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)				
	Изменение отложенных налоговых обязательств				
	Изменение отложенных налоговых активов				
	Прочее				
	Чистая прибыль (убыток)	2943		2188	

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### «Дерево целей» предприятия ООО «Амурхозторг»

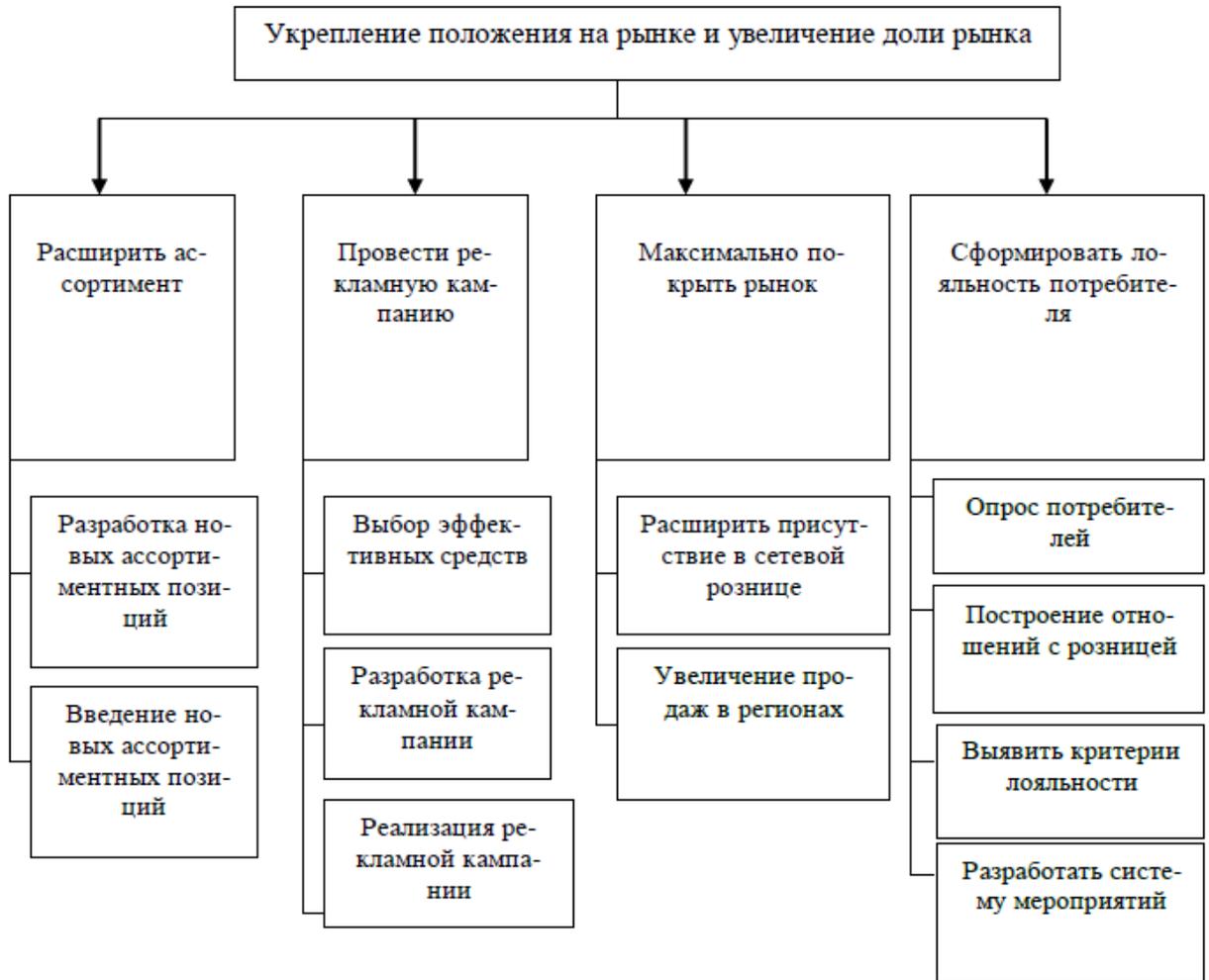


Рисунок В.1 - «Дерево целей» предприятия ООО «Амурхозторг»