


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
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е.С. Рычкова

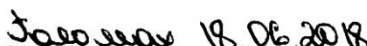
« 22 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Оценка и повышение эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке строительных материалов (на примере ИП Черкашин В.В., магазин «Стройте с нами»)

Исполнитель


студент группы 475 об

 18.06.2018

Д.П. Голомах

Руководитель

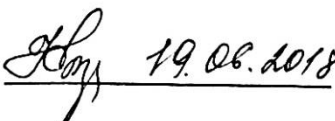
доцент, к.т.н.

 19.06.2018

Н.А. Бабкина

Нормоконтроль

ассистент

 19.06.2018

Н.Б. Калинина

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


подпись


И.О. Фамилия

«20» 04 2018 г.

З А Д А Н И Е

К бакалаврской работе студента Голомах Дарьи Петровны

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Оценка и повышение эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке строительных

материалов (на примере ИП Черкашин В.В., магазин «Стройте с нами»)

(утверждено приказом от 23.04.2018 № 914-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 18.06.2018

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту): учебная литература, периодические

издания, Интернет-журналы

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих проработке вопросов):

1 Теоретические аспекты оценки эффективности деятельности
коммерческого предприятия

2 Анализ эффективности деятельности магазина «Стройте с нами»

3 Мероприятия по повышению эффективности деятельности магазина «Стройте с нами»

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) 3 рисунка, 20 таблиц

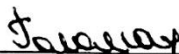
6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 20.04.2018

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Бабкина Н. А., канд.тех.наук, доцент

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 20.04.2018



РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 72 с., 3 рисунка, 20 таблиц, 42 источников.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРИБЫЛЬ, ЛИКВИДНОСТЬ, ВЫРУЧКА, ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ

Целью бакалаврской работы явилось изучение теоретических аспектов оценки и повышения эффективности деятельности коммерческого предприятия с последующим применением полученных знаний на практике.

Исходя из поставленной цели, определены следующие основные задачи бакалаврской работы:

- изучить теоретические аспекты оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия;
- провести анализ эффективности деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования;
- выработать мероприятия, направленные на оптимизацию и повышение эффективности деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования.

В качестве объекта исследования в настоящей работе выступил магазин строительных и отделочных материалов «Стройте с нами» (организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель Черкашин В.В.).

Предметом исследования данной бакалаврской работы послужила совокупность теоретических методов и практических приемов оценки и повышения деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия	8
1.1 Понятие эффективности деятельности предприятия и этапы проведения ее анализа	8
1.2 Показатели и методы оценки эффективности деятельности предприятия	18
2 Анализ эффективности деятельности магазина «Стройте с нами»	27
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	27
2.2 Анализ внутренней и внешней среды магазина	45
3 Мероприятия по повышению эффективности деятельности магазина «Стройте с нами»	54
3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности	54
3.2 Финансово-экономическая эффективность предлагаемых мероприятий	62
Заключение	67
Библиографический список	69

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ИП – индивидуальный предприниматель;

РФ – Российская Федерация;

РЖД – Российские железнодорожные дороги;

ОПФ – основные производственные фонды.

ВВЕДЕНИЕ

Современные экономические условия, как российские, так и в принципе общемировые, диктуют особый порядок ведения бизнеса для предприятий всех форм и размеров.

Сегодня каждому субъекту рынка, каждому агенту необходимо как никогда ранее полагаться на данные исследований и отчетов по той причине, что именно обоснованные «рыночные шаги» позволят с минимальными издержками двигаться в нужном направлении развития.

Неправильным будет сказать, что ранее рыночные исследования не пользовались популярностью и не использовались в деятельности компаний. Однако их использование было как правило прерогативой крупных предприятий и недоступно фирмам средних и мелких форм.

Сегодня финансово-экономический анализ настолько прочно «вошел» в деятельность предприятий всех форм и размеров, что к его инструментарию прибегают практически все предприятия. Одной из основных задач становится выбор метода анализа, и грамотная интерпретация полученных результатов.

Любой анализ будет лишь бесполезной тратой времени и ресурсов, если его результаты будут неверно истолкованы, не учтена современная актуальная рыночная конъюнктура и специфика деятельности именно конкретного анализируемого предприятия.

Оптимизация коммерческой деятельности предприятия происходит путем «прохождения» ряда основных этапов:

- выбор методики анализа (исследования) и его теоретическое обоснование. Здесь необходимо четкое понимание цели дальнейшего проводимого анализа и развития предприятия;
- проведение анализа текущего состояния предприятия, используя показатели выбранной методики;
- формирование оптимизационного стратегического или тактического плана развития на основе полученных в результате анализа данных. В

зависимости от поставленной в начале оптимизации цели и «формата» предприятия формируется либо оптимизационный план развития, либо определенное мероприятие, выполнение которого обеспечит совершенствование коммерческой деятельности фирмы.

Обозначенные выше обстоятельства определяют важность, актуальность и практическую значимость темы настоящей работы.

Целью бакалаврской работы явилось изучение теоретических аспектов оценки и повышения эффективности деятельности коммерческого предприятия с последующим применением полученных знаний на практике.

Исходя из поставленной цели, определены следующие основные задачи бакалаврской работы:

- изучить теоретические аспекты оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия;
- провести анализ эффективности деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования;
- выработать мероприятия, направленные на оптимизацию и повышение эффективности деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования.

В качестве объекта исследования в настоящей работе выступил магазин строительных и отделочных материалов «Стройте с нами» (организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель Черкашин В.В.).

Предметом исследования данной бакалаврской работы послужила совокупность теоретических методов и практических приемов оценки и повышения эффективности деятельности коммерческого предприятия – объекта исследования.

Методологическую основу для написания настоящей работы составили труды отечественных и зарубежных ученых, исследователей.

Методическая основа данной работы представлена совокупностью результатов использования синтеза и анализа, математического моделирования, группировки и сравнения.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие эффективности деятельности предприятия и этапы проведения ее анализа

Понятие слова «эффективность» разнится в зависимости от того к какому явлению или к какой сфере деятельности данное определение применяется.

В общем смысле эффективность – это отношение эффекта, конечного результата процесса, операции, действия, проекта к затратам, издержкам, обеспечивающим его получение или достижение.

Известно, что конечной целью деятельности коммерческого предприятия является получение максимально возможной прибыли с наименьшими издержками, так вот эффективность деятельности коммерческого предприятия, в общем случае, будет выражаться соотношением величины, полученной прибыли к понесенным издержкам. Данное соотношение в экономическом анализе имеет собственное наименование, но на нем остановимся позже.

Эффективность деятельности - важнейшая качественная характеристика бизнеса всех уровней, это показатель, определяющий качество деятельности коммерческого предприятия по распределению и переработке имеющихся ресурсов (собственных и привлеченных, заемных) с целью производства товаров и/или оказания услуг¹.

В основном эффективность деятельности измеряется посредством множества различных коэффициентов, суть которых сводится к выявлению соотношения затрат какого-либо ресурса к полученным результатам².

Проблема эффективности деятельности и ее оценки известна издревле. С момента зарождения первых мануфактур, в дальнейшем с развитием промышленного производства и в сегодняшнее время – всегда предприниматели (применим данный термин без привязки к историческим обозначениям) стремились оценить насколько же правильно и качественно они используют имеющиеся у них возможности: производственные, сырьевые,

¹ Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление. М., 2015. С. 64.

² Горлов В.В. Книга директора магазина. СПб.: Питер, 2017. С. 17.

трудовые и другие. Подобная оценка есть ничто иное как оценка эффективности деятельности предприятия.

Но возникал ряд проблем, заключавшихся главным образом в невозможности сравнения достигнутых результатов различными субъектами предпринимательской деятельности: одни определяли эффективность своей деятельности в количестве выпущенных жерновов для мельниц, другие – количеством собранного зерна, третьи - иным возможным, не соотносимым с первыми двумя способом.

С развитием экономической науки учеными были разработаны множество показателей, как общих, так и специальных, характеризующих эффективность деятельности предприятия, причем эти показатели стало возможно сравнить друг с другом и выяснить, какое предприятие работает более эффективно.

При этом возникла иная проблема – проблема выбора наиболее полного и качественного показателя для оценки эффективности, многообразие выбора сыграло в данном случае «злую шутку».

Анализ деятельности и реализации продукции.

Характер производственно-хозяйственной деятельности предприятия зависит прежде всего от цели деятельности и вида деятельности фирмы: изготовление продукции, выполнение работ, оказание услуг.³

Оценка результатов деятельности и реализации продукции осуществляется в результате анализа объемов деятельности и реализации продукции, номенклатуры выпускаемых (реализуемых) изделий. В настоящее время при анализе номенклатуры производимой (реализуемой) продукции актуальным является проведение маркетинговых исследований.

На данном этапе анализа рассматриваются в основном следующие показатели:

³ Бугулов Э.Р. Планирование на предприятии. М.: Филинь, 2015. С. 147.

- показатели динамики выпуска и объемов выпускаемой продукции, оказанных услуг, выполненных работ (в абсолютном и относительном выражении);

- показатели структуры выпускаемой продукции, работ и услуг.⁴

На данном этапе изучение показателей может производиться не только в денежном, но и в натуральном выражении. Причем при натуральном исчислении более удобно производится определение структуры продукции и услуг.

Динамика объемов продукции и услуг определяется через значения темпов роста, темпов прироста, различных индексов. Здесь же в качестве основной задачи стоит вопрос определения причин изменения в структуре и объемах выпускаемой продукции (если это изменение имеет место).

Темп роста - отношение текущего значения показателя к его предыдущему или базовому значению. Причем в зависимости от того, какое значение берется в качестве «делителя» бывают цепные и базисные показатели. Цепные показатели исчисляются отношением текущего значения к предыдущему, образно говоря – по цепочке: 2017 год к 2016 году, 2016 к 2015 и так далее. Базисные же показатели рассчитываются отношением текущего значения к некоему базисному уровню, например, значение 2017 года к значению базисного 2010, затем значение 2016 года к значению того же базисного 2010 года и так далее. Применение того или иного метода расчета базируется на характере анализируемых данных, в зависимости от типа изучаемого явления динамика может лучше прослеживаться или при анализе цепных показателе, или базисных.

Темп прироста в некоторой степени аналогичен расчету темпа роста, за тем исключением, что расчетное отношение текущей и предыдущей (или опять же базисной величины) принимается за вычетом единицы или 100 %, то есть показывает на сколько приросла анализируемая величина за исследуемый промежуток времени. Современные методологические основы анализа со

⁴ Ефимов О.Н. Экономика предприятия. Саратов: Вузовское образование, 2014. С. 124.

многих случаях советуют оперировать именно темпами прироста, как величинами, отражающими более, во-первых, удобные для понимания человека значения, а, во – вторых, более ценные для анализа.

Индексы рассчитываются как отношение одного или ряда показателей (в некоторых случаях их суммы, произведения, отношения и прочее) к одному или ряду других показателей. В общей своей массе показывают изменение одной величины под влиянием другой величины (величин). Подобные инструменты очень часто используются в анализе специфических экономических процессов, ценовом анализе, анализе структуры различных явлений и процессов.

Помимо указанного динамика экономических явлений и процессов может быть изучена посредством расчета абсолютного изменения анализируемой величины, исчисляемого как разница между текущим и предыдущим значением. В данном случае так же выделяют цепные и базисные показатели динамики.

При использовании данных методов в качестве основных инструментов для оценки эффективности деятельности предприятия, зачастую они дополняются расчетом показателей рентабельности, речь о которых пойдет ниже.

Анализ себестоимости продукции.

Себестоимость производимой продукции или оказываемых услуг является одним из основных показателей эффективности деятельности предприятия, как измеритель объема издержек, приходящихся на единицу объема продукции.

Существует множество подходов как определению себестоимости продукции, все они различаются совокупностью издержек, включаемых в величину себестоимости. В рамках анализа стоит обращать внимание на сферу деятельности анализируемого предприятия, поскольку в ряде отраслей народного хозяйства показатель себестоимости продукции является малоинформативным и незначимым.

Себестоимость продукции анализируется с помощью расчета показателей динамики, изложенных выше, и анализа структуры выручки и прибыли предприятия.

Чем ниже себестоимость, тем, как правило, выше получаемая в дальнейшем прибыль. На данном этапе анализа основной задачей является определение основных факторов, влияющих на величину себестоимости производимой продукции.⁵

Для данной задачи применяют методики факторного анализа: метод цепных подстановок, построение аддитивных, мультипликативных моделей и прочее.

Показатели состояния и использования внеоборотных активов.

На основании данных бухгалтерского баланса производится анализ имущественного положения предприятия, в ходе которого производится оценка размера, структуры, динамики вложений капитала предприятия в основные средства, определяются основные функциональные особенности производственной деятельности.

Для указанных целей производится сопоставление данных по всем элементам основных средств на начало и конец периода анализа.

Также с целью анализа основных средств предприятия производится горизонтальный и вертикальный анализ. Первый нацелен на выявление динамики основных средств, второй – на выявление их структуры. Данный вид анализа позволяет проследить движение основных средств на предприятии⁶.

При проведении анализа основных средств очень важно учесть тот аспект, что в бухгалтерском балансе оценка основных средств произведена чаще всего по первоначальной стоимости, без учета влияния внешних экономических факторов (инфляции, рыночной конъюнктуры и т.д.). И хотя на предприятиях с грамотно построенной системой управления основными

⁵Ефимов О.Н. Экономика предприятия. Саратов: Вузовское образование, 2014. С. 131.

⁶ Кирюхина А.Н. Коммерческая деятельность. Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2011. С. 54.

фондами переоценка стоимости имущества производится регулярно, процесс анализа стоимости и движения основных средств достаточно сложен.

Для комплексной характеристики управления основными средствами на предприятии рассчитывается ряд коэффициентов⁷:

- доля активной части основных средств;

Указанный показатель рассчитывается как отношение стоимости основных средств к итогу баланса предприятия и показывает какая часть имеющихся основных фондов действительно задействована в производстве продукции или оказании услуг.

- индекс роста основных производственных фондов;

Указанный показатель очень важен с точки зрения оценки развития предприятия и исчисляется как отношение величины производственных фондов на конец анализируемого периода (выраженной в их стоимости) в величине производственных фондов на конец анализируемого периода. Обычно за анализируемый период принимается финансовый или календарный год и затем полученные значения сравниваются в динамике.

- коэффициент обновления основных производственных фондов;

Данная величина рассчитывается как отношение стоимости вновь введенных на предприятии основных фондов в анализируемом периоде к общей стоимости основных производственных фондов предприятия на конец данного периода. Обычно так же, как и предыдущий показатель рассчитывается за год и в дальнейшем подлежит сравнению с величинами данного показателя за другие периоды посредством расчета показателей динамики.

- коэффициент интенсивности обновления основных производственных фондов;

Обозначенный показатель исчисляется посредством деления стоимости ликвидированных основных фондов в анализируемом периоде к стоимости вновь введенных основных фондов за этот же период.

- коэффициент стабильности основных производственных фондов;

⁷ Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Велби, 2014. С. 192.

Исчисляется как отношение разницы стоимости основных производственных фондов на начало года и стоимости выбывших ОПФ за год к стоимости ОПФ на начало года. Определяет насколько структура основных производственных фондов предприятия способна противостоять влияниям внешних и внутренних негативных факторов.

- коэффициент выбытия основных производственных фондов;

Данный показатель рассчитывается путем деления стоимости выбывших основных производственных фондов предприятия за исследуемый период к стоимости данных фондов на начало периода анализа.

- коэффициент износа;

Указанный коэффициент определяет путем вычисления отношения величины начисленной амортизации к стоимости основных производственных фондов на начало исследуемого периода.

Совокупность указанных выше коэффициентов позволяет оценить насколько правильно и эффективно предприятие использует один из основных источников своего существования и деятельности – основные производственные фонды.

С учетом того, что производственная мощность предприятия определяется величиной внеоборотных активов предприятия, на данном этапе производится также расчет таких показателей как фондоемкость и фондоотдача.

Фондоемкость показывает какая величина стоимости основных производственных фондов приходится на единицу стоимости производимой продукции (товаров или услуг).

Фондоотдача, показатель, обратный фондоемкости, рассчитываемый как отношение выручки к величине основных производственных средств предприятия.

Развитие рыночных отношений и современных технологий делает необходимым анализ эффективности вложений в нематериальные активы. Рост выручки от реализации лицензируемой продукции, снижение фондоемкости и

материалоемкости производимой продукции, расширение рынков сбыта – все это косвенные показатели эффективности инвестирования в нематериальные активы.

Оценка ликвидности и платежеспособности.

Один из основных элементов комплексной оценки эффективности деятельности любого коммерческого предприятия – это оценка коэффициентов ликвидности и платежеспособности. зачастую данные коэффициенты являются самостоятельными показателями эффективности деятельности.

Если подходить достаточно упрощенно к анализу эффективности деятельности, то оценка коэффициентов ликвидности и платежеспособности, анализ пассивов и активов компании по степени ликвидности и по срокам погашения обязательств, вполне может в достаточной степени охарактеризовать эффективность деятельности фирмы.

Существует множество методик оценки ликвидности деятельности предприятия. Каждая из них отличается от другой набором показателей, которые подлежат сравнению и оценке.

Но в реальной действительности данные показатели не дают полноценной картины без применения в анализе ряда дополнительных показателей.⁸

Оценка финансовой устойчивости.

Анализ финансовой устойчивости предприятия позволяет оценить степень возможности противостояния фирмы неблагоприятным влияниям в долгосрочной перспективе. В основном степень финансовой устойчивости в долгосрочном периоде характеризуется соотношением собственных и заемных средств в фирме и определяет степень зависимости от кредиторов и инвесторов.

На данном этапе анализа рассчитываются следующие показатели:

- коэффициент концентрации собственного капитала;

⁸ Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Велби, 2014. С. 195.

Величина указанного показателя рассчитывается как отношение стоимости активов предприятия к стоимости собственного капитала, и показывает какая часть активов может быть покрыта собственным капиталом.

- коэффициент концентрации заемного капитала;

В некоторой степени аналогичный вышеуказанному показатель, отличающийся лишь тем, что в расчет берется значение стоимости заемного капитала, а не собственного.

Расчет двух указанных показателей в совокупности уже позволяет сделать некоторые выводы о финансовой устойчивости предприятия, поскольку превалирующее значение коэффициента концентрации заемного капитала над коэффициентом концентрации собственного капитала будет свидетельствовать о сильной зависимости предприятия от кредиторов и о низкой (или снижающейся) финансовой устойчивости предприятия.

- коэффициент финансовой зависимости;

Данный показатель показывает зависимость предприятия от привлеченных заемных средств и рассчитывается как отношение общей стоимости капитала предприятия к величине заемного капитала. В некоторых случаях данный показатель не рассчитывают, ограничиваясь расчётом коэффициента концентрации заемного капитала.

- коэффициент маневренности собственного капитала;

Обозначенный показатель рассчитывается как отношение собственных оборотных средств предприятия к общей стоимости оборотных средств. Величина указанного показателя отражает насколько величина оборотных средств предприятия зависима от заемных (внешних) источников и, в некоторой степени, отражает возможность и скорость переброса оборотных средств из одной сферы обращения в другую (конечно же в пределах сферы деятельности предприятия).

- коэффициент структуры долгосрочных вложений;

Этот показатель есть отношение стоимости долгосрочных активов предприятия к общей стоимости всех активов.

- коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств;

Данный показатель позволяет оценить какая доля деятельности предприятия финансируется за счет долгосрочных заемных средств. Рассчитывается как отношение величины долгосрочных заемных средств к сумме долгосрочных заемных средств и собственного капитала предприятия. Данный показатель очень редко используют для анализа ввиду его якобы не информативности. Однако данный подход является ошибочным поскольку сегодня стратегия все большего числа предприятий направлена на замещение краткосрочных займов долгосрочными с целью обеспечения хоть какой-либо стабильности в данных отношениях, и оценка данного показателя позволяет объективно оценить успешность данной деятельности.

- коэффициент соотношения собственных и заемных средств.

Данный показатель, как понятно из его названия, рассчитывается путем деления стоимости собственных средств на стоимость заемных средств, используемых предприятием. Оценка данного показателя как правило осуществляется в дальнейшем с использованием показателей динамики.⁹

Указанные показатели, как можно заметить, в основной своей массе оперируют соотношением собственного и заемного капитала в той или иной форме. Исходя из чего можно сделать вывод, что общим условием финансовой устойчивости предприятия можно считать оптимальное соотношение собственного и заемного капитала (в общей массе считается, что собственного капитала должно быть больше нежели заемного).

Оценка деловой активности.

На данном этапе производится оценка текущей деятельности предприятия посредством анализа широты рынков сбыта продукции и предоставления услуг, репутация и имидж предприятия, экспортно-импортные отношения и многое другое. Используемые показатели зависят от рода деятельности предприятия.

Количественная оценка дается по двум направлениям:

⁹ Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность. М., 2017. С. 328.

- сравнение темпов прироста прибыли, реализации, авансированного капитала (темп прироста балансовой прибыли > темп прироста реализации > темп прироста авансированного капитала > 100 %);

- эффективность использования ресурсов предприятия (выработка, фондоотдача, оборачиваемость производственных запасов и т.д.).¹⁰

Оценка рентабельности.

Рентабельность в некотором смысле стала нарицательной характеристикой. Нередко данным определением заменяют «эффективность деятельности» коммерческого предприятия.

Положительная рентабельность означает эффективную деятельность предприятия. Для сравнения эффективности деятельности двух аналогичных предприятий или деятельности предприятия в разные периоды времени прибегают к абсолютному и относительному сравнению показателей рентабельности.

В зависимости от того, что берется в основу расчета показателей рентабельности выделяют рентабельность основного капитала, рентабельность авансированного капитала, продукции, общая рентабельность и т.д.

Так рентабельность основного капитала вычисляется отношение величины прибыли до налогообложения к величине основного капитала и показывает сколько прибыли до налогообложения предприятие получает с одного рубля, вложенного в основной капитал.

В общем смысле рентабельность как раз и рассчитывается как отношение величины выручки или прибыли к величине издержек.

Представленные этапы финансово-экономического анализа не обязательно должны быть использованы в общем объеме при анализе эффективности деятельности предприятия.

Возможно использование как отдельных показателей, так и их групп, и комбинаций.¹¹

¹⁰ Рыжакина Т.Г. Менеджмент предприятия. Томск: Изд-во ТПУ, 2014. С. 183.

¹¹ Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия. Минск: Высшая школа, 2014. С. 111.

После расчета указанных выше показателей следующим этапом проводится их экономическая интерпретация и взаимоувязка. В данном случае стоит особое внимание уделить учету сферы деятельности предприятия поскольку нормативные значения рассчитанных показателей могут в значительной степени отличаться от того, в какой отрасли осуществляет свою деятельность анализируемое предприятие.

1.2 Показатели и методы оценки эффективности деятельности предприятия

Показатели оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия должны позволять максимально всесторонне, полно и качественно оценить насколько грамотно и с какой «отдачей» предприятие использует имеющиеся у него ресурсы.

Не все показатели эффективности имеют одинаковый уровень. Выделяют обобщающие (главные) показатели – выражают конечные результаты деятельности предприятия в достижении стратегических целей, и дополнительные (дифференцированные или функциональные) показатели – отражают эффективность деятельности в каком-либо определенном функциональном направлении, используются для выявления и анализа резервов эффективности, устранения «узких мест».

Следует еще раз акцентировать внимание на том, что использование какого-либо одного показателя эффективности для анализа даст неполноценную картину ввиду того, что, допустим, использование лишь таких показателей как темпы роста или прироста способно показать лишь рост или снижение объема выпуска продукции, но не способно указать на причину этого роста или снижения; для выяснения причины необходимо использование дополнительных параметров оценки.

Но также будет ошибочным сказать, что использование лишь темпов роста или иных единичных показателей абсолютно бесполезно и неэффективно.

В процессе исторического развития процессе оценки эффективности деятельности предприятий и научных исследований родилась система показателей, позволяющая качественно оценить эффективность деятельности.

В данной системе показатели оценки объединены в четыре основные группы:

- обобщающие показатели экономической эффективности деятельности.
- показатели эффективности использования труда.
- показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений.

Показатели эффективности использования материальных ресурсов.¹²

Темпы роста чистой продукции.

К группе обобщающих показателей данной группы можно отнести следующие:

- темпы роста выпуска продукции;
- общая рентабельность и её рост;
- затраты на 1 руб. товарной продукции, производство чистой продукции на 1 руб. затрат.¹³

Показатель темпов роста (прироста) чистой (товарной) продукции используется главным образом для оценки динамики деятельности предприятия.

Валовая продукция – это вся продукция, произведенная предприятием за определенный анализируемый промежуток времени, включая незавершенное производство, как правило в стоимостном выражении.

Товарная продукция – отличается от валовой тем, что в неё не включают остатки незавершенного деятельности и внутрихозяйственный оборот. Выражается она в оптовых ценах, действующих в отчетном году. По своему составу на многих предприятиях валовая продукция совпадает с товарной, если нет внутрихозяйственного оборота и незавершенного деятельности.

¹² Финансовый менеджмент. М.: КНОРУС, 2014. С. 201.

¹³ Шеремет А.Д. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2016. С. 49.

Темпы роста объема чистой (товарной) продукции рассчитываются по формуле:

$$J_v = T_i / T_b, \quad (1)$$

где T_i – объём чистой продукции в i -м периоде, руб.;

T_b – объём чистой продукции в базовом периоде, руб.

Затраты на 1 руб. товарной продукции.

Важность этого показателя обусловлена тем, что он, во-первых, универсален, то есть его использование позволяет сравнивать эффективность производства различных видов продукции между собой, а, во-вторых, наглядно демонстрирует связь между себестоимостью продукции и прибылью организации.¹⁴

Исчисляется он отношением общей суммы затрат на производство и реализацию продукции к стоимости произведенной товарной продукции в действующих ценах:

$$УЗ = C_T / T. \quad (2)$$

В показателе затрат на 1 руб. товарной продукции концентрируются все текущие издержки деятельности, вызванные выработкой и реализацией всей товарной продукции – основной и неосновной, сравнимой и несравнимой.

Разница между 1 руб. товарной продукции и затратами на неё показывает величину прибыли. Уровень этих затрат отражает также уровень организации деятельности.¹⁵

У данного показателя есть обратный показатель – количество чистой продукции на 1 рубль затрат.

Исчисляется указанный показатель по следующей формуле:

¹⁴ Шеремет А.Д. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2016. С. 59.
¹⁵ Рыжакина Т.Г. Менеджмент предприятия. Томск: Изд-во ТПУ, 2014. С. 53.

$$\text{Пч} = \text{T}/\text{Cт}, \quad (3)$$

где Т – объём чистой продукции в i-м периоде, руб.;

Ст – себестоимость продукции.

Общая рентабельность, ее динамика, факторный анализ рентабельности.

Общая рентабельность является одним из основных показателей, характеризующих эффективность деятельности предприятия.

Данным показателем выражено соотношение достигнутых предприятием результатов в производственной сфере за определенный промежуток времени к величине используемых для достижения данных результатов ресурсов.¹⁶

Общая рентабельность деятельности на предприятии (R,%) определяется по формуле:

$$\text{R} = \text{П} \times 100, \quad (4)$$

где П – сумма балансовой прибыли от промышленной деятельности, руб.;

Изменение рентабельности деятельности по сравнению с базисным периодом зависит от многих факторов. Поэтому представляет интерес изучение меры влияния каждого из них на итоговый показатель.

Запишем уравнение рентабельности:

$$\text{R} = \frac{\text{P}}{\text{B}} \times \frac{\text{B}}{\text{H}} \times \frac{\text{H}}{\text{Д}} \times \frac{\text{Д}}{\text{Чр}} \times \frac{\text{Чр}}{\text{Ч}} \times \left(\frac{\text{П}}{\text{ПР}} - \frac{\text{Ср}}{\text{Р}} \right) \div \left(\frac{\text{Ф}}{\text{Ч}} + \frac{\text{О}}{\text{Ч}} \right), \quad (5)$$

где R – рентабельность;

Р – объём реализованной продукции;

В – объём валовой продукции;

ЧР - среднегодовая численность рабочих, чел.;

Д - отработано одним рабочим, дн.;

П - средняя продолжительность смены, ч;

¹⁶ Бугулов Э.Р. Планирование на предприятии. М.: Финансы, 2015. С. 118.

ЧВ - среднечасовая выработка одного рабочего, руб.

Из полученных в формуле дробных выражений первый сомножитель выступает в качестве расчетного показателя и представляет собой индекс отклонения объёма реализованной продукции от валовой. Он будет тем ближе к единице, чем меньше расходятся размеры переходящих остатков продукции на складах с банковскими расчетами на начало и конец периода. Остальные дробные выражения имеют определённое экономическое содержание.¹⁷

Так, уровень годовой производительности труда в расчете на одного среднесписочного рабочего обозначен произведением трех сомножителей, из которых первый представляет собой среднечасовую выработку за год, другой – среднюю продолжительность смены на одного рабочего, характеризующую плотность использования рабочего дня, и третий – среднее количество рабочих дней на одного рабочего за год, говорящее о степени использования календарного рабочего времени.

Если полученное произведение умножить на показатель удельного веса среднегодовой численности рабочих в среднегодовой численности промышленно-производственного персонала, то определим годовую производительность труда в расчете на одного работающего. Этот показатель при прочих равных условиях будет тем выше, чем больший удельный вес рабочих в общей численности промышленно-производственного персонала.

В скобках дробное выражение характеризует индекс отклонения балансовой прибыли от прибыли, получаемой в результате реализации промышленной продукции. Если последняя является единственным источником формирования балансовой прибыли, то этот индекс будет равен единице. Величина отклонения от единицы отразит доходы или убытки, получаемые от непромышленного хозяйства, а также внереализационной деятельности промышленного предприятия.¹⁸

¹⁷ Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Велби, 2014. С. 124.

¹⁸ Катасонов В.Ю. Инвестиционный потенциал хозяйственной деятельности. Макроэкономический и финансово - кредитный аспекты. М., 2015. С. 92.

Последнее выражение в скобках включает вооруженность труда основными производственными фондами и оборотными средствами.

Сумма их характеризует вооруженность труда производственными фондами, которая имеет тенденцию к увеличению при совершенствовании структуры составляемых показателей. Под воздействием научно-технического прогресса доля вооруженности труда основными производственными фондами по темпам возрастает быстрее, чем второй показатель, и одновременно повышается удельный вес активной части и стоимости производственных фондов.

Анализ рентабельности деятельности с использованием показателя чистой продукции может быть проведен на основе уравнения:

$$R = \frac{O}{H} \times \frac{H}{D} \times \frac{D}{Ч_p} \times \frac{Ч_p}{Ч} \times \left(\frac{П}{ПР} - \frac{З}{O} \right) \div \left(\frac{Ф}{Ч} + \frac{O}{Ч} \right), \quad (6)$$

где Z – сумма заработной платы промышленно-производственного персонала тыс. руб.

Первый сомножитель показывает среднечасовую выработку за год по чистой продукции; шестой – отражает затраты заработной платы на 1 руб. объема чистой продукции.

На основании исходных данных по выведенной формуле рассчитывают показатели за год в сопоставлении с планом или за ряд лет. Затем, получив относительные величины, отражающие динамику взаимосвязанных показателей, определяют меру влияния каждого из фактора на изменение общей рентабельности деятельности предприятия.¹⁹

Показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений.²⁰

Фондоотдача является в настоящее время основным показателем использования основных производственных фондов. Она показывает объем

¹⁹ Любанова Т.П. Стратегическое планирование на предприятии. М.: ПРИОР, 2016. С. 93.

²⁰ Там же, С. 95.

выработанной продукции, приходящейся на 1 руб. среднегодовой стоимости основных производственных фондов.

Фондоотдача рассчитывается по формуле:

$$\Phi_{\circ} = \frac{T}{\Phi}, \quad (7)$$

где T – объем произведенной продукции;

Φ – стоимость основных производственных фондов, руб.

Показатель прироста оборотных средств к приросту товарной продукции рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{ОБ}} = \frac{П_{\text{об}}}{J_B} \times 100, \quad (8)$$

где $П_{\text{об}}$ – прирост среднегодовой стоимости оборотных средств, %;

J_B – темп роста объема чистой (товарной) продукции.²¹

Относительная экономия основных производственных фондов, руб., рассчитывается по следующей формуле:

$$\Phi_{\text{ЭК}} = \frac{\Phi_B \cdot J_B - \Phi_i}{\Phi_B}, \quad (9)$$

где Φ_B – среднегодовая стоимость основных фондов в базовом периоде;

Φ_i – среднегодовая стоимость в расчетном периоде.

Рассчитываем относительную экономию оборотных средств по следующей формуле (тыс. руб.):²²

$$\mathcal{E}_0 = \frac{O_h \times J_b}{100} - O_{\Phi}, \quad (10)$$

²¹ Левкин Г.Г. Основы коммерции. Саратов: Вузовское образование, 2016. С. 65.

²² Там же, С. 67.

где O_f, O_b – оборотные средства соответственно фактически и в базисном периоде, тыс. руб.,

J_v – темп роста объёма чистой продукции.

Продолжительность одного оборота оборотных средств D_o (в днях) можно определить по формуле:

$$D_o = \frac{O_c}{B_p} \times 360, \quad (11)$$

где O_c – оборотные средства, тыс. руб.;

B_p – выручка от реализации продукции, тыс. руб.;

360 – количество дней в году.

Показатели эффективности использования материальных ресурсов.

Расчет относительной экономии материальных затрат \mathcal{E}_M (в тыс. руб.) производится по формуле:

$$\mathcal{E}_M = \frac{M_{зб} \times J_v}{100} - M_{зф}, \quad (12)$$

где $M_{зф}, M_{зб}$ – материальные затраты соответственно фактические и в базисном периоде, тыс. руб.;

J_v – темп роста валовой продукции, %.

Показатель материальных затрат на 1 руб. товарной продукции – важный показатель. Исчисляется он отношением суммы материальных затрат на производство к стоимости произведенной товарной продукции в действующих ценах:

$$Y_{MЗ} = \frac{M_з}{T}, \quad (13)$$

где $Mз$ – величина материальных затрат в общих затратах на производство, руб.;

T – объём товарной продукции, руб.

Дополнительно к указанным показателям рассчитываются их темпы роста или прироста аналогично расчетам темпов роста или прироста для объема выпуска продукции, оказания услуг.

Рассмотрение теоретических основ показало, что существует достаточная методологическая база, позволяющая на ее основе провести полноценные анализ и оптимизацию коммерческой деятельности предприятия. С помощью обозначенных выше показателей далее проведем анализ финансово-экономического состояния предприятия.

2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «СТРОЙТЕ С НАМИ»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Магазин строительных материалов «Стройте с нами» создан в 2014 г. Юридический адрес магазина – г. Благовещенск, ул. Студенческая, д. 25/1, фактический - Благовещенский район, с. Чигири, пер. Широкий, 2.

Правовая форма предприятия – индивидуальный предприниматель (Черкашин В.В.).

Индивидуальный предприниматель (сокращенно ИП) – физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Важной особенностью осуществления предпринимательской деятельности в качестве индивидуального предпринимателя является тот факт, что гражданин отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, за исключением имущества, на которое в соответствии с законом не может быть обращено взыскание.

Предметом деятельности предприятия являются:

- розничная и оптовая торговля строительными материалами и комплектующими;
- розничная и оптовая торговля хозяйственными товарами;
- строительные и ремонтно-строительные работы;
- посреднические услуги;
- оптовая торговля;
- внешнеэкономическая деятельность;
- осуществление других видов хозяйственной деятельности, не противоречащих законодательству России.

Все вышеперечисленные виды деятельности осуществляются в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Покупателями предприятия является население г. Благовещенска и Амурской области, организации города, детские сады, школы, РЖД.

Ассортимент продукции, предлагаемый к продаже: стройматериалы, электро- и бензоинструмент, напольные покрытия, хозяйственный инвентарь, посуда, ручной инструмент, садово-огородные принадлежности.

Организационная структура предприятия во многом помогает понять суть происходящих на предприятии процессов.

На рисунке 1 представлена оргструктура магазина «Стройте с нами».

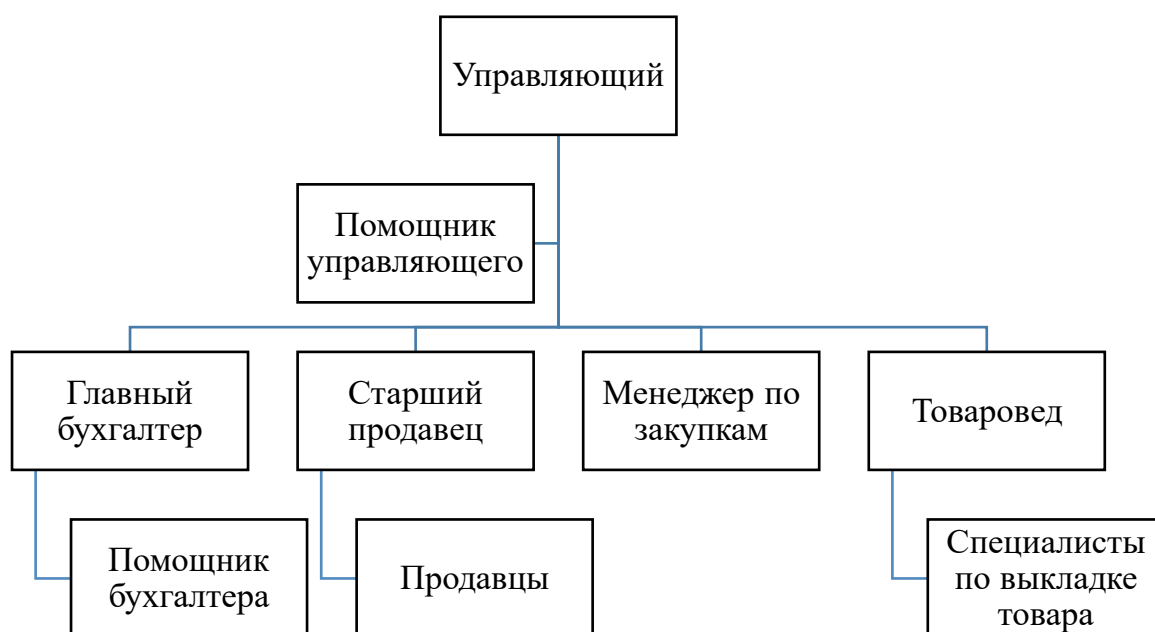


Рисунок 1 – Организационная структура магазина

Стоит отметить, что представленная выше структура является линейной. Основная отличительная черта данного вида структуры в том, что возглавляет каждое структурное подразделение руководитель на принципах единоначалия, обладающий всеми функциями и полномочиями управления.

Во главе представленной структуры находится управляющий магазином, осуществляющий функции координации и общего управления деятельностью магазина, контроль над нижестоящими подразделениями. Управляющий определяет направления развития магазина, его стратегические и тактические шаги.

Помощник управляющего - иными словами данную должность можно назвать «секретарь», главной целью которого является обеспечение деятельности управляющего магазином.

Главный бухгалтер и помощник бухгалтера осуществляют функции по контролю, учету и бухгалтерскому сопровождению финансово-экономической деятельности предприятия. Во многом «на печках» данных специалистов лежит ответственность за анализ эффективности деятельности предприятия, в связи с отсутствием в штате экономиста.

Старший продавец и продавцы – основные функциональные обязанности данной группы специалистов сосредоточены на реализации продукции магазина и консультировании покупателей. Старший продавец помимо прочего ведет учет рабочего времени своих подчиненных, координирует их деятельность, решает некоторые спорные вопросы, возникающие в процессе деятельности.

Менеджер по закупкам осуществляет взаимодействие между магазином и поставщиками товаров для реализации, контролирует величину запасов продукции, вычисляет наиболее «ходовые» категории товаров, осуществляет закупку продукции и ее доставку на предприятие. Помимо прочего вместе с товароведом посещает различные выставки и форумы с целью определения

современных тенденций рынка строительных и отделочных материалов.

Товаровед производит анализ ассортимента магазина, определяет наиболее ликвидные группы товаров. Осуществляет контроль над размещением продукции в магазине, оценку ее качества и соответствия сопроводительным документам. Специалисты по выкладке товара занимаются погрузкой-выгрузкой продукции на склад предприятия, дальнейшим ее размещением в торговом зале по указанию товароведа.

В штате предприятия отсутствует юрист. При необходимости юридические услуги оказываются сторонней организацией или специалистом по договору оказания услуг. Функции кадрового подразделения возложены на помощника бухгалтера.

Все специалисты действуют на основании трудового договора. Трудоустройство официальное, имеется полный социальный пакет.

Анализ эффективности деятельности предприятия основывается на анализе данных бухгалтерского баланса предприятия.

Анализ баланса начинается с описания общей суммы имущества предприятия и динамики ее изменения в течение рассматриваемого периода. Результатом данной части анализа должно стать выявление источников увеличения или сокращения активов предприятия и определение статей активов, по которым данные изменения произошли.

Анализ состава и размещения активов проводится по следующей форме (таблица 1).

Горизонтальный анализ — это динамический анализ показателей. Он позволяет установить их абсолютные приращения и темпы роста.

Вертикальный анализ показывает структуру средств предприятия и их источников.

Таблица 1 – Горизонтальный анализ имущества предприятия

Актив	Остатки по балансу, тыс.руб.			Абсолютное изменение, тыс.руб.		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016	2017	2016	2017

Внеоборотные активы, в том числе:	6159	5875	5654	-284	-221	95.39	96.24
Основные средства	5192	5192	5192	0	0	100	100
Оборотные (текущие) активы, в том числе:	514	603	714	89	111	117.32	118.41
Запасы	341	401	483	60	82	117.6	120.45
Дебиторская задолженность	140	172	201	32	29	122.86	116.86
Денежные средства	32	31	29	-1	-2	96.88	93.55
Баланс	673	6478	6367	-195	-111	97.08	98.29

Таблица 2 – Вертикальный анализ имущества предприятия

Актив	Остатки по балансу, тыс.руб.			Удельный вес, %			Изменение доли, %	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2016	2017
Внеоборотные активы, в том числе:	6159	5875	5654	92.3	90.69	88.8	-1.61	-1.89
Основные средства	5192	5192	5192	77.81	80.15	81.55	2.34	1.4
Финансовые вложения	67	682	462	14.49	10.53	7.26	-3.96	-3.27
Оборотные (текущие) активы, в том числе:	14	603	714	7.7	9.31	11.21	1.61	1.9
Запасы	41	401	483	5.11	6.19	7.59	1.08	1.4
Дебиторская задолженность	40	172	201	2.1	2.66	3.16	0.56	0.5
Денежные средства	32	31	29	0.48	0.48	0.46	0	-0.02

Баланс	6673	6478	6367	100	100	100	0	0
--------	------	------	------	-----	-----	-----	---	---

Горизонтальный (временной) анализ.

Поскольку имущество предприятия уменьшилось, то можно говорить о снижении платежеспособности.

Уменьшение отложенных налоговых активов может быть оценена как положительно влияющая тенденция.

За отчетный период оборотные средства выросли на 111 тыс.руб. или на 18.41 %. Это обусловлено опережением темпов прироста мобильных активов по сравнению с темпами прироста всех совокупных активов. Произошло это главным образом за счет увеличения стоимости запасов и дебиторской задолженности на 111 тыс.руб.

За анализируемый период объемы дебиторской задолженности выросли (на 29 тыс.руб.), что является негативным изменением и может быть вызвано проблемами, связанными с оплатой продукции (работ, услуг) предприятия, либо активным предоставлением потребительского кредита покупателям, т.е. отвлечением части текущих активов и иммобилизации части оборотных средств из производственного процесса

Проанализируем рост дебиторской задолженности к общей величине оборотных активов.

$$d = \frac{29}{603} \times 100 \% = 4,81$$

Поскольку отношение роста к оборотным активам меньше 40 %, то данное увеличение не должно отрицательно повлиять на деятельность предприятия.

Сумма денежных средств снизилась на 2 тыс.руб., или на 6.45 %.

Проанализируем снижение денежных средств на счетах от суммы оборотного капитала на начало периода.

$$d = \frac{2}{603} \times 100 \% = 0,33 \%$$

Поскольку снижение оказалось меньше 10 %, то данное изменение не должно негативно повлиять на деятельность предприятия.

При анализе активов виден спад стоимости внеоборотных средств на 221 тыс.руб., или на 3.76 % от их величины предыдущего периода. Произошло это за счет уменьшения стоимости вложений в материальные ценности на 220 тыс.руб.

Темп роста оборотных активов опережает темп роста внеоборотных активов на 22.17 %. Такое соотношение характеризует тенденцию к ускорению оборачиваемости оборотных активов.

Вертикальный анализ.

Как видно из таблицы, общая стоимость имущества в отчетном периоде составляла 6367 тыс.руб.

В активах организации доля текущих активов составляет 11.21 %, а внеоборотных средств 88.8 %. Таким образом, наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на внеоборотные активы, что способствует замедлению оборачиваемости средств предприятия, т.е. предприятие использует консервативную политику управления активами.

Доля основных средств в общей структуре активов за отчетный год составила 81.55 %, что говорит о том, что предприятие имеет тяжелую структуру активов, что свидетельствует о значительных накладных расходах и высокой чувствительности к изменениям выручки. Ситуацию, когда наибольшая часть внеоборотных активов представлена основными средствами (81.55 %) и прочими внеоборотными активами, можно рассматривать как ориентацию на создание материальных условий основной деятельности организации.

Оборотные активы предприятия формируются в основном за счет запасов и дебиторской задолженности на общую сумму 684 тыс.руб.

Следует обратить внимание на сокращение статьи внеоборотных активов в общей структуре баланса (-1.89 %), что может говорить об ускорении оборачиваемости оборотных активов.

Рост доли стоимости основных средств на +1.4 % следует отметить как положительно влияющую тенденцию, так как она направлена на увеличение

производственного потенциала предприятия.

За отчетный период доля оборотных средств выросла на 1.9 %. Это обусловлено опережением темпов прироста мобильных активов по сравнению с темпами прироста всех совокупных активов. Произошло это главным образом за счет увеличения стоимости запасов и дебиторской задолженности на 1.9 %.

Запасы выросли на 1.4 % от общей стоимости активов.

За анализируемый период доля дебиторской задолженности выросла (на 0.5 %), что является негативным изменением и может быть вызвано проблемами, связанными с оплатой продукции (работ, услуг) предприятия, либо активным предоставлением потребительского кредита покупателям, т.е. отвлечением части текущих активов и иммобилизацией части оборотных средств из производственного процесса

Доля денежных средств снизилась на 0.02 %.

При анализе активов виден спад доли внеоборотных средств на 1.89 тыс.руб., или на 100 % от их величины предыдущего периода. Произошло это за счет уменьшения стоимости вложений в материальные ценности на 3.27 %.

Доля оборотных средств в активах занимает менее 30 %, поэтому политику управления активами можно отнести к консервативному типу.

Таблица 3 – Горизонтальный анализ источников предприятия

Пассив	Остатки по балансу, тыс.руб.			Абсолютное изменение, тыс.руб.		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Собственный капитал, в том числе:	1081	1126	1245	45	119	104.16	110.57
Добавочный капитал	515	515	515	0	0	100	100
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	566	621	740	55	119	109.72	119.16
Долгосрочные обязательства, в том числе:	1605	744	39	-861	-705	46.36	5.24
заемные средства	1472	671	0	-801	-671	45.58	0
прочие долгосрочные обязательства	133	72	39	-61	-33	54.14	54.17
Краткосрочные обязательства, в том числе:	3987	4608	5083	621	475	115.58	110.31
заемные средства	3214	3108	3011	-106	-97	96.7	96.88
кредиторская задолженность	151	129	74	-22	-55	85.43	57.36
прочие обязательства	621	1371	1998	750	627	220.77	145.73
Валюта баланса	6673	6478	6367	-195	-111	97.08	98.29

Таблица 4 – Вертикальный анализ источников предприятия

Пассив	Остатки по балансу, тыс.руб.			Удельный вес, %			Изменение доли, %	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2016	2017
Собственный капитал, в том числе:	1081	1126	1245	16.2	17.38	19.55	1.18	2.17
Добавочный капитал	515	515	515	7.72	7.95	8.09	0.23	0.14
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	566	621	740	8.48	9.59	11.62	1.11	2.03
Долгосрочные обязательства, в том числе:	1605	744	39	24.05	11.49	0.61	-12.56	-10.88
заемные средства	1472	671	0	22.06	10.36	0	-11.7	-10.36
прочие долгосрочные обязательства	133	72	39	1.99	1.11	0.61	-0.88	-0.5

Продолжение таблицы 4

Пассив	Остатки по балансу, тыс.руб.			Удельный вес, %			Изменение доли, %	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2016	2017
Краткосрочны е обязательства, в том числе:	3987	4608	5083	59.75	71.13	79.83	11.38	8.7
заемные средства	3214	3108	3011	48.16	47.98	47.29	-0.18	-0.69
кредиторская задолженност ь	151	129	74	2.26	1.99	1.16	-0.27	-0.83
прочие обязательства	621	1371	1998	9.31	21.16	31.38	11.85	10.22
Валюта баланса	6673	6478	6367	100	100	100	0	0

Горизонтальный (временной) анализ.

Собственный капитал вырос на 119 тыс.руб. или на 10.57 %, что положительно характеризует динамику изменения имущественного положения организации. Произошло это за счет увеличения стоимости нераспределенной прибыли на 119 тыс.руб.

Задолженность по краткосрочным заемным средствам снизилась на 97 тыс.руб. или на 3.12 %.

Величина кредиторской задолженности снизилась в анализируемом периоде на 55 или на 42.64 %.

Кроме того, рассматривая кредиторскую задолженность следует отметить, что предприятие в отчетном году имеет пассивное сальдо (кредиторская задолженность больше дебиторской). Таким образом, предприятие финансирует свою текущую деятельность за счет кредиторов. Размер дополнительного финансирования составляет 74 тыс.руб..

Исследуя динамику краткосрочных обязательств (как в целом, так и по отдельным статьям) целесообразно сопоставление их величин с показателями прибыли и объемов реализации. Рост величины краткосрочных обязательств может быть вызван ростом объема реализации и направлен на максимизацию

прибыли. Если темпы роста выручки, прибыли и краткосрочных обязательств приблизительно одинаковы или темп роста прибыли или выручки выше, то факт роста краткосрочных обязательств имеет позитивный характер.

Таким образом, при росте собственного капитала предприятия, отмечено снижение кредиторской задолженности, что положительно характеризует деятельность предприятия.

Обращая внимание на совокупное изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли можно отметить, что за анализируемый период их совокупная величина возросла на 119 тыс.руб. и составила 740 тыс.руб., что в целом можно назвать положительной тенденцией так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить о эффективной работе предприятия.

Вертикальный анализ.

В структуре собственного капитала основное место занимают нераспределенная прибыль и добавочный капитал (19.71 %).

Большая доля добавочного капитала (8.09 % от пассивов и 41.37 % собственного капитала) свидетельствует об инфляционном характере его роста (переоценка стоимости основных средств или эмиссионный доход).

Предприятие испытывает серьезный недостаток собственных источников для формирования своего имущества, особенно оборотных активов, дефицит собственного оборотного капитала, а, следовательно, вынуждено прибегать к значительному заимствованию или накоплению долгов. Такая структура собственного капитала является нерациональной.

Доля заемных средств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период увеличилась. Величина совокупных заемных средств предприятия составила 5122 тыс.руб. (80.44 % от общей величины пассивов). Увеличение заемных средств предприятия ведет к увеличению степени его финансовых рисков и может отрицательно повлиять на его финансовую устойчивость.

У организации в отчетном году имеются отложенные на будущие

периоды обязательства перед бюджетом по налогу на прибыль в размере 39 тыс.руб. (0.61 %).

Долгосрочные кредиты и займы (финансовые обязательства) в анализируемом периоде отсутствовали.

В общей структуре задолженности краткосрочные пассивы на конец отчетного периода превышают долгосрочные на 5044 тыс.руб., что при существующем размере собственного капитала и резервов может негативно сказаться на финансовой устойчивости предприятия.

Доля собственного капитала выросла на 2.17 %, что положительно характеризует динамику изменения имущественного положения организации. Произошло это главным образом за счет увеличения стоимости нераспределенной прибыли и добавочного капитала на 2.17 %.

Доля заемных краткосрочных средств в структуре пассивов в отчетном периоде снизилась с 47.98 % до 47.29 %. Доля кредиторской задолженности в структуре пассивов уменьшилась с 1.99 % до 1.16 %.

Исследуя динамику краткосрочных обязательств (как в целом, так и по отдельным статьям) целесообразно сопоставление их величин с показателями прибыли и объемов реализации. Рост величины краткосрочных обязательств может быть вызван ростом объема реализации и направлен на максимизацию прибыли. Если темпы роста выручки, прибыли и краткосрочных обязательств приблизительно одинаковы или темп роста прибыли или выручки выше, то факт роста краткосрочных обязательств имеет позитивный характер.

Таким образом, при росте собственного капитала предприятия, отмечено снижение кредиторской задолженности, что положительно характеризует деятельность предприятия.

Обращая внимание на совокупное изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли можно отметить, что за анализируемый период их совокупная доля возросла на 2.03 % и составила 11.62 %, что в целом можно назвать положительной тенденцией так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить о эффективной работе

предприятия.

Отрицательным признаком является то, что оборотные активы анализируемой организации меньше краткосрочных обязательств, что свидетельствует о неспособности погасить задолженность перед кредиторами.

Сравнение собственного капитала и внеоборотных активов позволило выявить недостаток у организации собственного оборотного капитала, что также свидетельствует о не достаточной финансовой устойчивости предприятия.

Доля краткосрочных кредитов и займов в пассивах занимает менее 10 %, поэтому политику управления пассивами можно отнести к консервативному типу.

Ликвидность (текущая платежеспособность) - одна из важнейших характеристик финансового состояния организации, определяющая возможность своевременно оплачивать счета и фактически является одним из показателей банкротства. Результаты анализа ликвидности важны с точки зрения, как внутренних, так и внешних пользователей информации об организации.

Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств организации его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.

Активы баланса группируются по времени превращения их в денежную форму:

К наиболее ликвидным активам относятся сами денежные средства предприятия и краткосрочные финансовые вложения в ценные бумаги (A1).

Следом за ними идут быстрореализуемые активы – готовая продукция, товары отгруженные и дебиторская задолженность (A2).

Более длительного времени реализации требуют производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов. Они относятся к медленно реализуемым активам (A3).

Наконец, группу труднореализуемых активов образуют основные

средства, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения, незавершенное строительство, продажа которых требует значительного времени, а поэтому осуществляется крайне редко (А4).

Для определения платежеспособности предприятия с учетом ликвидности его активов обычно используют баланс. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении размеров средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности, с суммами обязательств по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения.

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты:

К наиболее срочным обязательствам, которые должны быть погашены в течение месяца, относятся кредиторская задолженность и кредиты банка, сроки возврата которых наступили (П1).

Среднесрочные обязательства со сроком погашения до одного года – краткосрочные кредиты банка (П2).

К долгосрочным обязательствам относятся долгосрочные кредиты банка и займы (П3).

К четвертой группе отнесем собственный капитал, находящийся в распоряжении предприятия (П4).

Таблица 5 - Методика группировки активов по степени ликвидности

Показатели	Методика расчета	Статьи баланса
Наиболее ликвидные активы (А1)	денежные средства организации и краткосрочные финансовые вложения	1240+1250
Быстро реализуемые активы (А2)	товары отгруженные, дебиторская задолженность и прочие оборотные активы	1230+1260
Показатели	Методика расчета	Статьи баланса
Медленно реализуемые активы (А3)	запасы с налогом на добавленную стоимость, доходные вложения в материальные ценности, долгосрочные финансовые вложения за минусом товаров отгруженных и расходов будущих периодов	1210+1220
Труднореализуемые	Внеоборотные активы, за исключением доходных	1100

активы (А4)	вложений в материальные ценности, долгосрочных финансовых вложений, плюс расходы будущих периодов и дебиторская задолженность долгосрочная	
Баланс		1600

Таблица 6 – Группировка активов по степени ликвидности

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное значение	
				2016	2017
Наиболее ликвидные активы (А1)	32	31	29	-1	-2
Быстро реализуемые активы (А2)	140	172	201	32	29
Медленно реализуемые активы (А3)	907	796	730	-111	-66
Труднореализуемые активы (А4)	5593	5480	5407	-113	-73
Баланс	6673	6478	6367	-195	-111

Доля быстрореализуемых активов равна 3.16 % общей суммы оборотных средств. Медленно реализуемые активы составляют 11.47 %.

Группировка активов предприятия показала, что в структуре имущества за отчетный период преобладают труднореализуемые активы (А4) на общую сумму 5407 тыс.руб.

Анализ таблицы свидетельствует о том, что величина активов снизилась в основном за счет быстро реализуемых активов (А2) (0.5 %).

Таким образом, можно прийти к выводу, что предприятие имеет очень низкий уровень ликвидности, а его оборотные средства – это в первую очередь труднореализуемые активы, имеющие долгосрочную ликвидность.

За анализируемый период произошли следующие изменения.

Доля наиболее ликвидных активов упала с 0.48 % до 0.46 % оборотных средств. Доля быстрореализуемых активов увеличилась на 0.5 %. Доля медленно реализуемых активов сократилась незначительно. Доля труднореализуемых активов увеличилась незначительно. Следовательно, 2 тыс.руб., на которые уменьшились наиболее ликвидные активы, могли пойти на увеличение медленно реализуемых активов. А «чистое» увеличение медленно реализуемых активов равно 75 тыс.руб. Таким образом, налицо трансформация наиболее ликвидных активов в труднореализуемые активы. В результате падает

общая ликвидность оборотных средств. Методика группировки пассивов по сроку погашения представлена в таблице 7.

Таблица 7 - Методика группировки пассивов по сроку погашения

Показатели	Методика расчета	Статьи баланса
Наиболее срочные обязательства (П1)	кредиторская задолженность и прочие краткосрочные обязательства	1520
Краткосрочные пассивы (П2)	краткосрочные займы и кредиты	1510+1550
Долгосрочные пассивы (П3)	долгосрочные заемные средства и прочие долгосрочные обязательства	1400+1530+1540
Собственный капитал предприятия (П4)	собственный капитал	1300
Баланс		1700

Таблица 8 – Группировка пассивов по срочности погашения обязательств

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное значение	
				2016	2017
Наиболее срочные обязательства (П1)	151	129	74	-22	-55
Краткосрочные пассивы (П2)	3386	3367	3307	-19	-60
Долгосрочные пассивы (П3)	2054	1856	1741	-198	-115
Собственный капитал предприятия (П4)	1081	1126	1245	45	119
Баланс	6673	6478	6367	-195	-111

В структуре пассивов в отчетном периоде преобладает краткосрочные пассивы (П2) на общую сумму 3307 тыс.руб. Также предприятие привлекает краткосрочные кредиты и займы (П2 > 0).

Используем имущественный подход для анализа ликвидности баланса предприятия в 2017 году.

Таблица 9 - Анализ ликвидности баланса предприятия за 2017

Актив	Пассив	Условие	Излишек (недостаток) платежных средств, тыс.руб.
A1=29	П1=74	≤	- 45

A2=201	П2=3307	≤	- 3106
A3=730	П3=1741	≤	- 1011
A4=5407	П4=1245	≥	4162

В анализируемом периоде у предприятия недостаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств (недостаток 45 тыс.руб.). Выполненный расчет абсолютных величин по платежному излишку или недостатку показывает, что наиболее ликвидные активы покрывают лишь 39.2 % обязательств. В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае это соотношение не выполняется – у предприятия недостаточно краткосрочной дебиторской задолженности для погашения среднесрочных обязательств. Быстро реализуемые активы покрывают лишь 6.1 % обязательств. Медленно реализуемые активы не покрывают долгосрочные пассивы (недостаток 1011 тыс.руб.) Они покрывают лишь 41.9 % обязательств. Труднореализуемые активы больше постоянных пассивов, т.е. минимальное условие финансовой устойчивости не соблюдается. Из четырех соотношений, характеризующих наличие ликвидных активов у организации за рассматриваемый период, не выполняется ни одно. Баланс организации в анализируемом периоде не является ликвидным. Предприятию за отчетный период следует проработать структуру баланса, чтобы иметь возможность отвечать по своим обязательствам (недостаток составил 45 тыс.руб.).

Финансовая устойчивость организации – это такое состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска. Финансовая устойчивость определяется на основе соотношения разных видов источников финансирования и его соответствия составу активов. Знание предельных границ изменения источников средств для

покрытия вложений капитала в основные средства или производственные запасы позволяет генерировать такие направления хозяйственных операций, которые ведут к улучшению финансового состояния организации, к повышению ее устойчивости.

Финансовая устойчивость оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей.

Абсолютные показатели финансовой устойчивости - это показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования.

Анализ обеспеченности запасов источниками их формирования осуществляется в следующей последовательности:

Определяется наличие собственных оборотных средств (ЕС) как разность между собственным капиталом (ИС) и иммобилизованными активами (ФИММ):

$$ЕС = ИС - ФИММ, \quad (14)$$

где ЕС – собственные оборотные средства;

ИС – собственный капитал;

ФИММ - иммобилизованные активы.

При недостаточности собственных оборотных средств организация может получить долгосрочные займы и кредиты. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников (ЕМ) определяется по расчету:

$$ЕМ = (ИС + КТ) - ФИММ, \quad (15)$$

где ЕМ – собственные и долгосрочные заемные источники;

КТ - долгосрочные обязательства.

Общая величина основных источников формирования определяется с учетом краткосрочных займов и кредитов:

$$Ea=(ИС+КТ+Kt)-FИММ, \quad (16)$$

где Kt - краткосрочные займы и кредиты;

ИС – собственный капитал;

КТ – долгосрочные обязательства.

Таблица 10 – Анализ финансовой устойчивости

Показатели	Абсолютное значение			Абсолютное изменение	
	2015	2016	2017	2016	2017
Собственный капитал, Кр	1081	1126	1245	45	119
Внеоборотные активы, ВА	6159	5875	5654	-284	-221
Наличие собственных оборотных средств (СОС1), ЕС, (п.1-п.2)	-5078	-4749	-4409	329	340
Долгосрочные обязательства, КТ	1605	744	39	-861	-705
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов (СОС2), ЕМ, (п.3+п.4)	-3473	-4005	-4370	-532	-365
Краткосрочные займы и кредиты, Кт	3214	3108	3011	-106	-97
Общая величина основных источников формирования запасов (СОС3), Еа, (п.5+п.6)	-259	-897	-1359	-638	-462
Общая величина запасов, Z	341	401	483	60	82
Излишек (+) / недостаток (-) собственных источников формирования запасов, ±ЕС, (п.3-п.8)	-5419	-5150	-4892	269	258
Излишек (+) / недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов, ±ЕМ, (п.5-п.8)	-3814	-4406	-4853	-592	-447
Излишек (+) / недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов, ±Еа, (п.7-п.8)	-600	-1298	-1842	-698	-544
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации, S	(0;0;0)	(0;0;0)	(0;0;0)	-	-

Финансовое состояние организации на конец анализируемого периода является кризисным, так как в ходе анализа установлен недостаток собственных оборотных средств 4892 тыс.руб., собственных и долгосрочных

заемных источников формирования запасов 4853 тыс.руб. и общей величины основных источников формирования запасов 1842 тыс.руб.

Предприятие отличается кризисным уровнем финансовой устойчивости и достаточно рискованной стратегией финансирования, использующей в качестве основного источника кредиторскую задолженность. Предприятие является нетто-кредитором. Большинство показателей финансовой устойчивости ниже нормативных значений. Тенденция этих показателей носит негативную динамику. Формальные показатели ликвидности находятся на очень низком уровне. На протяжении анализируемого периода предприятие существенно увеличило собственный капитал. Общая оценка собственного капитала заключается в том, что собственный капитал составляет менее половины в структуре финансирования. Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей показал, что в целом задолженности характеризуются высокой оборачиваемостью, а, следовательно, высоким качеством. Их соотношение складывается в не пользу организации (дебиторская задолженность превышает кредиторскую).

2.2 Анализ внутренней и внешней среды магазина

Внутренняя среда организации оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации. Внутренняя среда имеет несколько срезов, каждый из которых включает набор ключевых процессов и элементов организации, состояние которых в совокупности определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация. Внутренняя среда как бы полностью пронизывается организационной культурой, которая также, должна подвергаться самому серьезному изучению в процессе анализа внутренней среды организации.

На предприятии используются трудовые ресурсы. ИП Черкашин В.В. применяет 2 уровня управления. Уровень образования высокий, сотрудники предприятия являются носителями необходимой квалификации, именно на них направлен поиск кадровых служб на рынке трудовых ресурсов.

Проанализируем динамику структуры персонала магазина «Стройте с

нами» по групповому составу за 2015 – 2017 гг. в таблице 11.

На основании полученных данных можно сделать следующие вывод: численность персонала увеличилась на одного человека в 2016 г., в 2017 г.- без изменений.

Таблица 11 - Динамика состава и структуры кадров магазина «Стройте с нами» по групповому составу за 2015 – 2017 гг.

Группа персонала	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	Численность чел.	Удельный вес %	Численность чел.	Удельный вес %	Численность чел.	Удельный вес %
Административно – управленческий персонал	4	18	4	21	4	24
Торгово – оперативный персонал	13	59	11	57	10	59
Вспомогательный персонал	5	23	4	21	3	18
Всего	22	100	19	100	17	100

Изменения за 2015-2017 годы произошли в следующих группах персонала:

- административно – управленческий персонал остался без изменения;
- торгово-оперативный персонал уменьшился на три человека, удельный вес этой группы составил 59 %;
- вспомогательный персонал уменьшился на два человека и составил 18 %.

На предприятии используются финансовые ресурсы. Материальные ресурсы проявляются через процессы продажи, связывая

внутриорганизационные характеристики предприятия и себестоимость товаров.

Информационные – призваны обеспечивать функционирование других связей посредством маркетинговой информации: основные нормативные акты – Устав Предприятия, Законы, Положения о безналичных расчетах, Инструкции о порядке регулирования деятельности торгового предприятия, о ведении бухгалтерского учета, о состоянии финансовой отчетности.

Оборудование – пристенное оборудование, демонстрационные панели, островные конструкции, кассовые стойки, демонстрационные столы, зеркала, комфортные диваны и пуфики.

В магазине «Стройте с нами» преобладающей технологией ведения документации является электронная технология. Но бумажная документация также имеет большое значение и применяется в организации достаточно широко.

В магазине «Стройте с нами» информационная система достаточно развита, что позволяет исключить человеческий фактор в процессе деятельности, а также значительно сокращает время на выполнение текущих задач.

При анализе макросреды предприятия была использована методика PEST - анализа.

В ходе PEST-анализа были выявлены благоприятные и неблагоприятные тенденции, а также проанализировано возможное влияние на деятельность предприятия четырех основных факторов макросреды.

Таблица 12 - Результаты PEST –анализа

Значимые факторы внешней среды, которые могут оказать влияние на деятельность предприятия	Оценка (по шкале от -3 до 3)
Политические факторы	
Обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого предпринимательства	+2
Увеличение доли налогов, уплачиваемых субъектами малого предпринимательства	-1
Государственное регулирование конкуренции	+1
- Экономические факторы	
Уровень инфляции в стране	+2
Рост цен на энергоносители, сырье, материалы и транспортные расходы	-2

Рост рыночного спроса после экономического кризиса	+2
Снижение курсов валют	+1
Социальные факторы	
Влияние предпочтений потребителя в соответствии со стандартами качества	+3
Уровень платежеспособности населения	-2
Бренд	0
Технологические факторы	
Возрастание роли интернета как торговой площадки	+2
Внедрение новых технологий в строительной промышленности	+1

Политические факторы:

- тенденция к обеспечению государством благоприятных условий для развития субъектов малого предпринимательства носит положительный характер. К ним относятся: кредитование по схемам с пониженной процентной ставкой, уменьшение количества проверок со стороны контролирующих органов, упрощение отчетности и т.п.

- уход государства от схемы упрощенного налогообложения и увеличение налоговой нагрузки на предприятия малого бизнеса является в данном случае отрицательным фактором. Частично не благоприятность этого фактора будет снижена постепенностью перехода на новые налоговые ставки.

- государственное регулирование конкуренции, которое подразумевает пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции не слишком влияет на деятельность мелких торговых предприятий, но все же носит скорее позитивный характер.

Экономические факторы:

- уровень инфляции в стране. Несомненно, что инфляция как один из основных макроэкономических показателей оказывает значительное влияние на состояние дел в микросреде. Рост цен обязательно скажется на соотношении спроса и предложения на рынке, что в свою очередь вызовет шок в функционировании предприятия. Однако от степени развитости деятельности предприятия, от ее устойчивости будет зависеть сможет ли фирма «оправиться» после указанного шока.

- рост цен на энергоносители. Ведет к увеличению стоимости перевозки грузов, ведущему в итоге как к росту цен на реализуемые товары, так и к

увеличению арендной платы за помещение, отведенное под магазин.

- рост рынка после экономического кризиса. Постепенный возврат к докризисному уровню оплаты труда, а кое-где и превышение его, стабилизация экономической ситуации в стране приводит к тому, что люди начинают покупать не только продукты питания и товары первой необходимости, но и другие товары, в том числе одежду, что позволяет охарактеризовать данный фактор как положительный.

- снижение курсов валют. Учитывая то, что основная часть товаров, реализуемых в небольших магазинах одежды, ввозится из-за рубежа, этот фактор тоже может иметь определенное позитивное значение.

Социальные факторы:

- потребительские предпочтения. Каждый потребитель имеет свои собственные предпочтения относительно качества, цены и потребительских качеств приобретаемого товара. Магазины очень важно сформировать ассортимент таким образом, чтобы удовлетворить интересы как можно большего числа потребителей, что в свою очередь скажется на уровне прибыли магазина.

- уровень платежеспособности населения. Несмотря на относительную стабилизацию экономической ситуации в стране после финансового кризиса уровень доходов большинства россиян остается невысоким. Для торгового предприятия подобный фактор является отрицательным.

- известность бренда. Сегодня у отечественного потребителя сильна власть «бренда», когда человек покупает не конкретные потребительские качества товара, а его имя. Для подобных случаев необходимо обеспечить наличие в товарном ассортименте товарных групп известных брендов.

Технологические факторы:

- возрастание роли интернета как торговой площадки. Роль данного фактора можно оценивать, как положительно, так и отрицательно, поскольку развитие Интернет-торговли делает доступным и более технологичным торговый бизнес. Доступным с точки зрения снижения стартовых издержек

(офис, персонал и т.п.) и в некоторой степени эксплуатационных издержек в дальнейшем. Однако негативная сторона Интернет-торговли в том, что конкуренция там значительно серьезнее, не каждое предприятие способно грамотно построить интернет-магазин, организовать его продвижение и в конечном итоге получать прибыль.

- внедрение новых технологий в строительной промышленности с последующим улучшением качества выпускаемых вещей может стать положительным фактором, поскольку потребитель, как правило, предпочитает качественные строительные материалы.

Микросреда магазина «Стройте с нами» представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самому предприятию и ее возможностям по обслуживанию клиентуры т.е. поставщиками, потребителями, конкурентами и контактными аудиториями.

Потребители – главным образом мужчины 20-50 лет, с различным уровнем достатка, предпочитающие качественные строительные и отделочные материалы, высокий уровень сервиса и широту ассортимента. Товар является доступным различным слоям населения благодаря грамотной ценовой и ассортиментной политике. Предприятие пытается удовлетворить все потребности своих покупателей, создавая для них доступность в цене и месте покупки, а также удобство упаковки и доставки.

Поставщики. Магазин «Стройте с нами» имеет небольшое количество поставщиков, отличающихся высокой степенью надежности поставок. Любой сбой в поставках может нарушить производственное расписание. Короткие сроки, цена и качество полностью устраивает магазин «Стройте с нами».

Контактные аудитории. В состав микросреды среды входят и различные контактные аудитории фирмы такие как:

Финансовые круги. Оказывают влияние на способность предприятия обеспечивать себя капиталом. Для магазина «Стройте с нами» основной контактной аудиторией финансовой сферы является Сбербанк России.

Местные контактные аудитории. Магазин «Стройте с нами» имеет дело с

местными контактными аудиториями, такими, как местные жители.

Контактные аудитории средств информации. Это организации, распространяющие новости, статьи и редакционные комментарии. В первую очередь это газеты, журналы, радиостанции и телецентры. Фирма заинтересована в том, чтобы средства информации больше и благожелательнее освещали ее деятельность.

Внутренние контактные аудитории. Это рабочие и служащие фирмы, управляющие, ее добровольные помощники. В целях информирования и мотивирования членов своих внутренних контактных аудиторий компания привлекает свой персонал к управлению, обеспечивает его участие в доходах, прибылях. Они издают информационные бюллетени и прибегают к множеству других форм коммуникации.

Для анализа конкурентной среды среди магазинов, реализующих строительные и отделочные материалы, основным конкурентом был выбран магазин «Мастерок».

Для выявления конкурентоспособных преимуществ было проведено наблюдение, результаты которого представлены в таблице 13.

Таблица 13 - Сравнительная оценка факторов конкурентоспособности магазина «Стройте с нами» (по 10 балльной шкале)

Факторы конкурентоспособности	Магазин «Стройте с нами»	Уд. вес, %	Магазин «Мастерок»	Уд. вес, %	Отклонение от магазина «Стройте с нами»	
					Абсолютное	Относительное, %
Удобство расположения	10	28,5	6	24	-4	-4,5
Ассортимент	8	22,9	7	28	-1	5,1
Цена	9	25,8	7	28	-2	2,2
Стимулирование продаж	8	22,8	5	20	-3	-2,8
Итого:	35	100,00	25	100,00		0,00

По показаниям таблицы 13 становится ясно, что магазин «Мастерок» значительно проигрывает по баллам магазину «Стройте с нами» и его можно считать слабым конкурентом.

На основании всестороннего изучения рыночной ситуации, приведенной выше, проведем SWOT-анализ, который позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны организации, а также потенциальные возможности и угрозы в таблице 14.

Таблица 14 - Анализ сильных и слабых сторон магазина «Стройте с нами»

	Возможности	Угрозы
	- новые технологии производства продукции; - новые технологии управления.	- рост кредитных ставок; - изменение политики поставщиков.
Сильные стороны		
- более образованное, динамичное, гибкое и молодое руководство среднего звена; - определившийся стабильный контингент покупателей; - гибкая ценовая политика (для определенного уровня); - положительная репутация; - успешная кредитная история; - высокая степень соблюдения договорных обязательств.	- расширение ассортимента продукции; - открытие новых торговых точек; - открытие интернет-магазина	- заключение контрактов с новыми поставщиками, - ужесточение ответственности за несогласованное изменение условий контрактов со старыми поставщиками; - поиск поставщиков с более низкими закупочными ценами (ценами поставки).
Слабые стороны		

<ul style="list-style-type: none"> - высокие издержки; - нехватка оборотных средств; - ограниченная аудитория покупателей. 	<ul style="list-style-type: none"> - оптимизация производственных процессов для снижения общего уровня издержек и повышения прибыли. 	<ul style="list-style-type: none"> - закрытие магазина в следствие "победы конкурентов"; - реализация "непопулярного" ассортимента продукции; - нулевая прибыль.
---	---	---

Самая опасная угроза - возрастающее конкурентное давление - должна быть обязательно и немедленно устранена. Угроза появления новых конкурентов должна постоянно находиться в поле зрения руководства фирмы и устраняться в первостепенном порядке.

Что касается возрастания влияния покупателей и поставщиков на цены, то этой угрозе можно уделить меньше внимания.

Стратегия предприятия должна быть направлена на завоевание таких позиций, которые позволят компании уменьшить напряженность этих сил конкуренции, путем завоевания определенных конкурентных преимуществ.

Магазин «Стройте с нами» достаточно длительное время функционирует на данном рынке, поэтому вполне обладает серьезными преимуществами перед потенциальными конкурентами в виде налаженных отношений с поставщиками, потребителями и т.д.

На следующем этапе проведем разработку мер, направленных на оптимизацию деятельности исследуемого предприятия.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «СТРОЙТЕ С НАМИ»

3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности

С целью дальнейшего развития коммерческой деятельности магазина «Стройте с нами» в качестве оптимизационной меры в рамках данной работы предлагается создание интернет-сайта указанного магазина.

Планируемый сайт будет функционировать в формате интернет-магазина.

Преимущества интернет-магазина по сравнению с открытием обычного дополнительного магазина заключаются в следующем.

Стоимость аренды.

Аренда даже небольшой торговой точки, расположенной в каком-нибудь не самом благоприятном районе города, будет обходиться в десятки тысяч рублей в месяц, то, в случае с онлайн-магазином, все затраты сводятся к ежемесячной оплате хостинга.

В таблице 15 представлена информация о величине затрат на аренду интернет-хостинга с минимальным уровнем сопровождения.

Таблица 15 – Рыночные предложения на интернет-хостинг

Тариф	Процессор	Оперативная память, МВ	Диск SSD, GB	Канал	Цена, руб./мес.
MSK-OVZ-SSD-1	2vCPU	384	6	трафик безлимитный 100 Mb/s	3800
MSK-OVZ-SSD-2	2vCPU	512	15	трафик безлимитный 100 Mb/s	4200
MSK-OVZ-SSD-3	2vCPU	768	25	трафик безлимитный 100 Mb/s	5000
MSK-OVZ-SSD-4	3vCPU	1024	25	трафик безлимитный 100 Mb/s	5800
MSK-OVZ-SSD-5	3vCPU	2048	40	трафик безлимитный 100 Mb/s	6700

Данные представленной таблицы показывают, что диапазон цен составляет 3800-4800 руб. в месяц. Минимальные требования для формирования и интернет магазина позволяют выбрать лишь тарифный план стоимостью 5000 руб. / мес. Более дешевые тарифные планы по составу предлагаемого оборудования не позволят обеспечить должной производительности магазина и в конечном итоге потребители не будут им пользоваться. Указанное значение аренды хостинга значительно дешевле стоимости аренды помещения в любом районе Благовещенска, так что выгода очевидна.

Скорость запуска.

Команда хороших исполнителей способна запустить работающий онлайн-магазин под ключ, всего за 2-3 недели. Причем, уже на следующий день после запуска, его владелец сможет получать доход.

В случае с оффлайновой торговой точкой, больше времени может уйти на одни только поиски помещения, не говоря уж о бумажной волоките и всех «прелестях» общения с представителями местной бюрократии.

Охват аудитории.

Преимущество интернет-магазина в данном случае в том, что нет ограничений в виде улицы, района или города. Получать заказ и стоилицы, а посылку при этом отправлять из небольшого городка за несколько сотен километров от получателя – нет проблем.

Владелец интернет-магазина получает доступ к огромному рынку, аудитория которого сравнима с общим количеством интернет-пользователей в стране. Главное, в данном случае – выделить целевой сегмент потенциальных клиентов и найти способы эффективной коммуникации с ними.

Постоянная доступность.

24 часа в сутки и 7 дней в неделю –магазин доступен всегда. У каждого свои привычки и есть немало людей, у которых днем просто нет свободного времени. Делать заказы они предпочитают в онлайн, причем, иногда и в два часа ночи.

Порог вхождения.

Для создания интернет-магазина под ключ, например, на платформе ImageCMS Shop, в большинстве случаев будет достаточно бюджета на уровне 50000 руб. Причем, саму лицензию можно купить всего за 30000 руб. (редакция PRO), а остальное – затраты на уникальный дизайн, верстку, контент, хостинг и т.п.

Смета на формирование интернет-магазина представлена в таблице 16

Таблица 16 – Смета интернет-магазина

Наименование работ	Результат	Сроки	Цена
ImageCMS Shop	Ключ к системе администрирования UMI		1990
Разработка структуры сайта	На данном этапе разрабатывается и согласовывается техническая документация, устанавливающая требования к сайту.		
Написание технического задания.	Пакет технической и организационной документации. Техническое задание. Согласование структуры и схемы дизайна сайта. Содержание Технического задания: - программное обеспечение сайта: - дополнительные соглашения.	2 дней	600

Составление интерактивных прототипов сайта	Прототипы уникальных страниц сайта из общей структуры.	4 дня	1400
Дизайн сайта	На данном этапе разрабатывается дизайн всех страниц сайта.		
Разработка эскиза главной страницы	Изображение в формате png размером 1024x768. представляющие стилевое решение вида «главной страницы» сайта. В стоимость проекта входит создание одного макета (концепций) дизайна сайта (2 версии главной страницы + типовая внутренняя страница) с учетом пожеланий заказчика и последующей корректировкой избранного варианта (два списка замечаний)	5 дней	1500
Разработка эскиза «внутренних» страниц	Изображения в формате png размером 1024x768. представляющие разные страницы сайта. (12 различных типов страниц): • Каталог товаров (2 вида) • Страница корзины • Страница оформления заказа • Страница новостей и статей • Карточка товара • Карточка новости и статьи • Текстовая страница • Страница личного кабинета • Страница персональных данных • 404 ошибка • Страница пример заполнения	10 дней	3500
Программирование сайта	На данном этапе верстаются шаблоны страниц, производится подготовка материалов для наполнения сайта, разрабатывается необходимое программное обеспечение для работы сайта и его администрирования.		

Наименование работ	Результат	Сроки	Цена
Верстка макетов сайта	HTML-страницы всех разделов сайта	5 дней	2800
Интегрирование единой системы управления сайтом, внедрение системы в структуру сайта и реализация функционала.		15 дней	2200
Установка системы администрирования с первоначальной настройкой			
Настройка шаблонов сайта (внедрение верстки). Интерактивный функционал сайта (java script). Создание первоначальной структуры сайта.			1200
Настройка модуля интернет магазина и каталога сайта. Интеграция с системой оплаты. Настройка полей товаров. Создание необходимых шаблонов для объектов каталога. Настройка корзины.			1800
Фильтры товаров в категории.			500
Форма обратной связи (обычно на странице контакты)			200
Регистрация, Вход через социальные сети			300
Поиск информации с авто дополнением и выводом товаров			500
Личный кабинет пользователей - отслеживание статусов заказов и возможностью отменить заказ. Оповещение менеджера об отмене и изменении статуса. Редактирование личных данных и адресов.			800
Рекомендуемые товары в корзине. Система upsale. (Данный функционал увеличивает процент дополнительных продаж)			500
SMS оповещение клиента о изменении статуса заказа. Интеграция с сервисом. Настройка оповещений.			300
RSS канал для новостей			-
Скидки на товары. Вывод скидок на сайте.			300
Настройка других модулей сайта (Формы. Загрузка файлов. Галереи. Баннеры). Наполнение контентом основных страниц.			800
Тестирование, отладка работы модулей.	Размещение сайта в сети Интернет по адресу выбранного доменного имени	3 дня	-
Итого без CMS:		44 дня	17700
Итого:			19690 руб.

То есть, даже за 30000 и 5000 в месяц на хостинг – можно запустить полноценную торговую площадку в онлайн.

Стоимость содержания.

Из всех необходимых затрат для поддержания работы интернет-магазина, его владельцу понадобится только оплата хостинга и заработный фонд для оплаты работы продавца-консультанта.

Можно сравнить это с теми затратами, которые ждут владельца интернет-магазина в оффлайне, начиная от стоимости аренды и коммунальных услуг, и до зарплатного фонда, который понадобится на содержание армии продавцов-консультантов, и понять, что на самом деле выгоднее.

Стоимость раскрутки.

Эффективность рекламы в оффлайне и интернет-рекламы, во многих случаях серьезно отличается. Интернет реклама гораздо эффективнее.

Широкий ассортимент товаров.

Чем большее количество товаров представлено для продажи в магазине, имеется ввиду оффлайн, тем большая площадь необходима для их хранения. Что важно, дополнительная площадь повлияет и на стоимость аренды, в сторону увеличения, конечно же.

В случае с интернет-магазином, для дополнительных нескольких десятков или сотен товаров, достаточно будет просто создать несколько дополнительных страниц. Это совершенно бесплатно, и займет минимум времени. А приобретаемые клиентом товары можно доставлять со склада поставщика.

Автоматизация.

Большую часть всего процесса работы интернет-магазина можно полностью автоматизировать: начиная от добавления товара на сайт, и заканчивая оформлением и подтверждением заказа. Можно настроить автоматические фильтры товара и многое-многое другое. Организовать подобную автоматизацию торговли в обычной оффлайновой торговой точке будет в большинстве случаев гораздо дороже, а в некоторых случаях и вовсе невозможно.

Аналитика.

Одно из основных, и, пожалуй, наиболее важное преимущество интернет-магазина как бизнеса – это аналитика.

Можно отслеживать практически каждое действие посетителя на сайте, проанализировать эффективность вложения каждого потраченного на онлайн-рекламу рубля. При грамотном применении, такая информация может дать действительно большие преимущества.

Процесс проектирования web-сайта состоит из нескольких этапов, первым из которых является проектирование содержимого.

Проектирование содержания (контента) web-сайта - это превращение

информации, которой обладает производитель товара или услуги в актуальный «контент». Это проектирование схемы того, что именно, где, когда и как должно быть сообщено посетителю сайта. Участниками процесса проектирования контента обычно выступают с одной стороны заказчик сайта, с другой стороны - исполнитель, который реализовывает данный информационный продукт.

Заказчиком создания интернет-магазина выступает индивидуальный предприниматель – собственник магазина, а исполнителем - специализированная фирма, предложившая наиболее выгодные условия создания сайта.

На первом этапе проектирования содержания (контента) web-сайта заказчиком должны быть сформулированы следующие требования к информации, которая должна присутствовать в конечном информационном продукте:

Информация на сайте должна подбираться в соответствии с интересами целевой аудитории - группы людей, объединенных по признаку интереса к услугам компании.

Тексты должны быть минимальными, но достаточным для раскрытия всех тем и ответов на большинство вопросов клиентов. Посетитель прочтет интересный ему текст даже, если он окажется длиннее обычного.

Текст должен быть строго форматирован и структурирован. Длинные тексты лучше разделить на короткие разделы с выделенными, хорошо заметными заголовками.

Тексты для сайта должны быть написаны простым и доступным языком, а страницы состоять из небольших блоков текста размером с 1-2 небольших абзаца каждый и не превышать 1-1,5 экрана, ибо более длинные тексты, набранные мелким шрифтом и без пустых строк между абзацами, с экрана трудно читать. В текстах не должно быть грамматических, стилистических, речевых ошибок и опечаток.

Для удержания постоянного интереса к сайту обязательно необходимо

создать контент, освещающий работу предприятия: новости и события, ответы на популярные вопросы, статьи и публикации в прессе и др.

На втором этапе проектирования содержания (контента) web-сайта, совместно с заказчиком, должны быть выделены следующие необходимые единицы контента:

Информация о компании - объективный текст, который четко и ясно описывает сферу деятельности компании, ее преимущества перед другими подобными организациями.

Информация об услугах, предоставляемых магазином - рекламный текст, который не только дает общее представление о предоставляемых услугах, но и формирует у потенциального клиента желание заказать данные услуги в данной организации.

Клиенты - объективно-рекламный текст, предоставляющий посетителю возможность ознакомиться с клиентами компании.

Пресс-центр - объективный текст, который должен представлять последние новости и статьи о деятельности компании.

Контакты - текст, который содержит телефон, адрес компании, график работы, email, по которому клиент может получить консультацию.

Процесс проектирования структуры web-сайта включает в себя 2 основных этапа:

- определение общих требований к структуре сайта.
- проектирование иерархической структуры web-сайта.

При реализации первого пункта алгоритма установлено, что организация данных web-сайта в виде упорядоченной структуры должна сообщать посетителю, какую информацию он может обнаружить на сайте и где ее искать. Информация на web-сайте должна быть организована таким образом, чтобы посетитель знал, что его ждет на следующей странице уже по названию ссылки, на которую он нажимает. Наименования разделов web-сайта должны всегда соответствовать их содержанию. Недопустимы случаи неоднозначности восприятия названий, когда посетителю неочевидно, в каком разделе web-сайта

находится нужная информация, а также все случаи, когда названия разделов фактически дублируют друг друга или содержимое разделов пересекается.

Не должны использоваться неподписанные пиктограммы, если их назначение неочевидно. В завершеном сайте не должно быть пустых ссылок или ссылок, заканчивающихся информацией о том, что страница находится в стадии разработки, т.к. это подрывает всякое доверие к магазину.

Реализация второго этапа проектирования позволит создать следующую иерархическую структуру (рисунок 2).

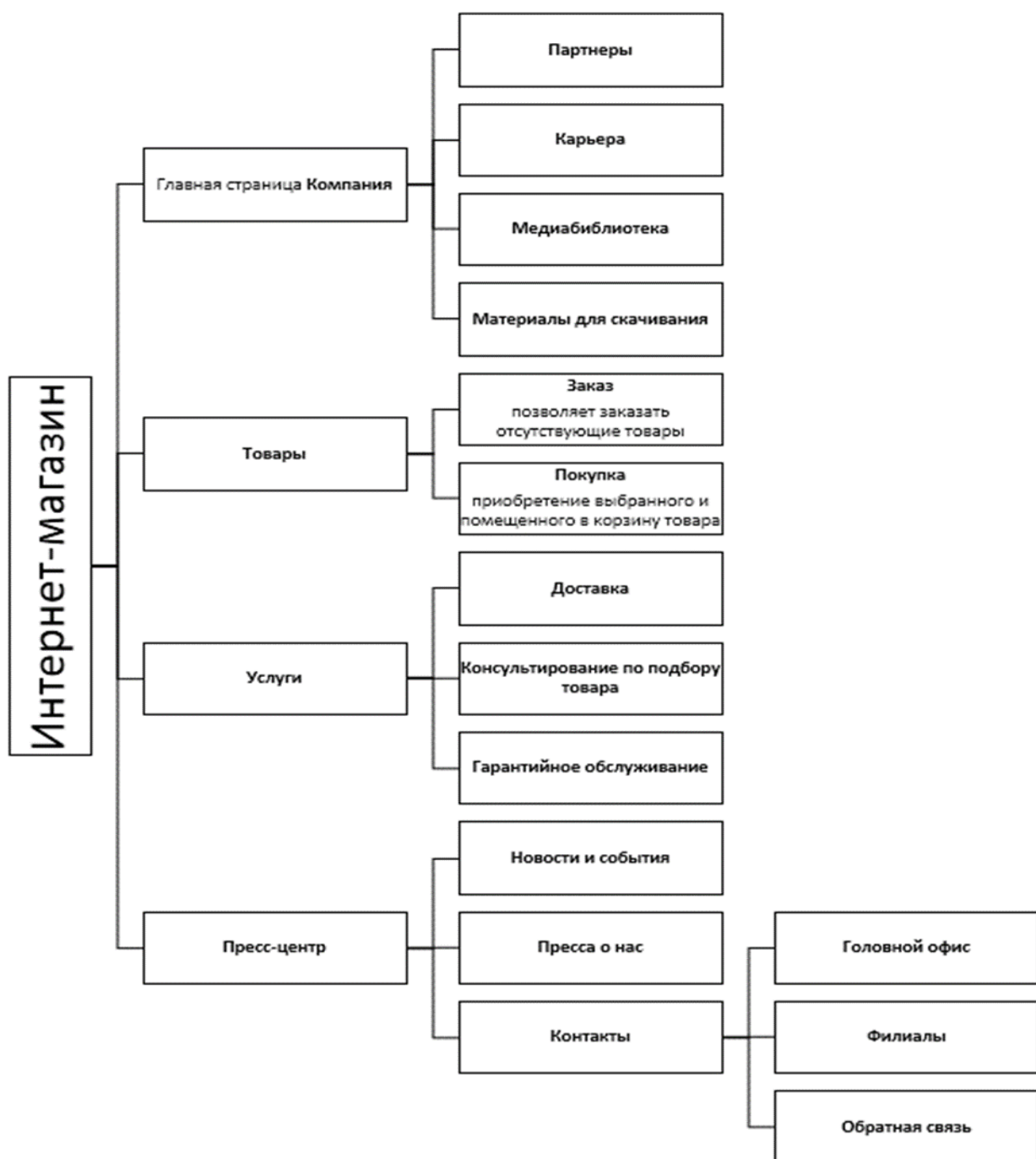


Рисунок 2 – Структура сайта с подчиненными единицами контента

На следующем этапе проектирования web-сайта проведено планирование режимов доступа.

Система управления сайтом предполагает 2 режима доступа к содержимому (рисунок 3).

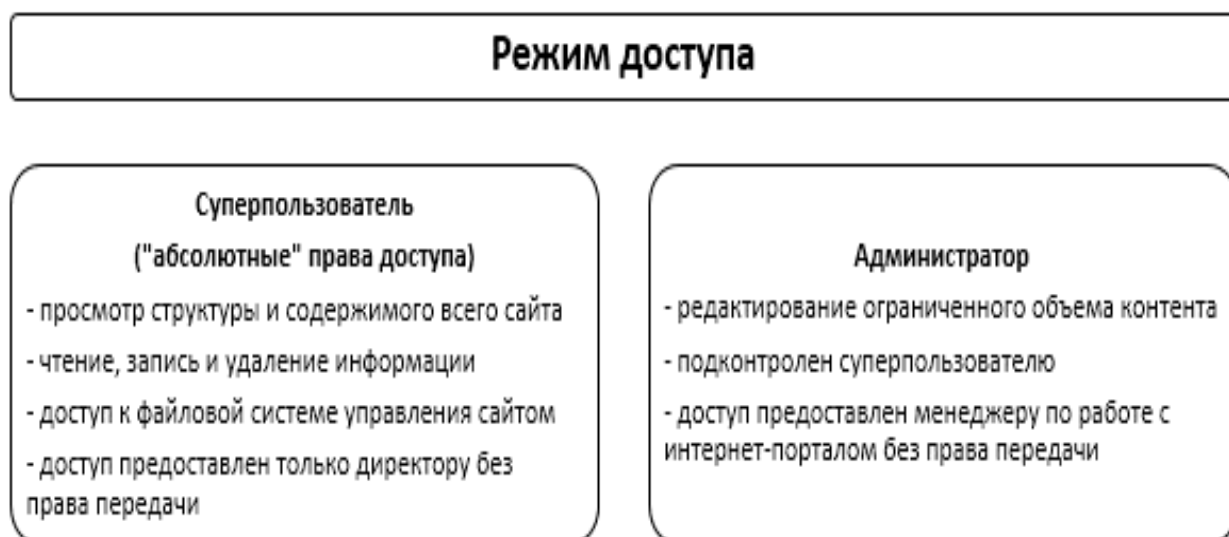


Рисунок 3 – Режим доступа к сайту

Сайт будет размещен в русской доменной зоне с доменом «.рф». Наименование сайта будет выбрано из допустимых, наиболее близко подходящее к названию магазина, написание будет производиться на кириллице.

Работа сайта будет круглосуточной, клиент может сделать заказ в любое время, однако доставка товара будет произведено в рабочие часы основного магазина, с учетом пожеланий клиента.

Доставка товара, при условии обозначения ее необходимости клиентом, будет производиться за плату с использованием услуг наемных перевозчиков, с которыми планируется заключение контракта на оказание услуг.

3.2 Финансово-экономическая эффективность предлагаемых мероприятий

Стоимость создания интернет-магазина складывается из следующих составляющих: затраты на оффлайн – закупка оборудования, затраты на онлайн – аренда сервера, «подъем» функционала магазина на сервере, постоянные ежемесячные затраты. Совокупность затрат представлена в таблице 17.

Таблица 17 – Затраты на реализацию проекта

Статья затрат	Сумма, руб.
Оффлайн затраты	
Закупка компьютеров и оргтехники для организации рабочих мест (2 рабочие станции, лазерный принтер, кассовый аппарат)	38000
Монтаж локальной сети и настройка оборудования	5000
Настройка программного обеспечения	2700
ИТОГО	45700
Онлайн затраты	
Регистрация домена в зоне RU	500
хостинг на надежном, быстром сервере, 5000 Мб, неограниченный трафик, PHP, MySQL	5500
разработка «двигателя» интернет-магазина. В стоимость входит дизайн, проектирование, программирование, наполнение товарами, размещение в интернете	28000
ИТОГО	34000
Постоянные ежемесячные затраты	
расходы на бухгалтерское сопровождение (производит бухгалтер магазина)	0
аренда офиса или комнаты (будет переоборудовано хозяйственное помещение основного магазина)	0
ежемесячная плата за телефонные линии, доступ в Интернет, продление аренды домена и хостинга (через год)	4000
реклама в Яндекс Директ	5000
реклама в Яндекс.Маркет	5000
реклама в Рамблер.Покупки	2000
поддержка и развитие сайта интернет-магазина	3000
введение дополнительной штатной единицы контент-менеджера	25000
офисные расходы (расходные материалы для оргтехники, канцелярские товары и пр.)	1500
ИТОГО	45500

Чтобы выйти на уровень окупаемости, интернет-магазин должен обеспечить уровень чистой прибыли не менее, чем сумма ежемесячных затрат плюс необходимо покрыть первоначальные затраты на открытие магазина. Также нужно учитывать налоги (если интернет-магазин работает официально)

и непредвиденные расходы.

Общая сумма первоначальных затрат составила:

$$45700 + 34000 = 79700 \text{ руб.}$$

Итоговая сумма затрат за первый месяц:

$$79700 + 45500 = 125200.$$

Аналитические данные показывают, что товарооборот интернет магазина, при его грамотной организации составляет в среднем 35 % от оборота оффлайн магазина.

Согласно данным отчетности в 2017 году прибыль от продаж магазина составила 2563 тыс. руб. Средняя ежемесячная величина прибыли составила:

$$2563/12 = 213,58 \text{ тыс. руб.}$$

35 % от указанной суммы составит – 74,75 тыс. руб.

Рассчитаем эффективность вложений в создание интернет магазина на 10 месячный период.

Таблица 18 - Дисконтированные денежные затраты по месяцам

Период	Коэффициент дисконтирования	A
0	1	125.2
1	0.9091	41.364
2	0.8264	37.603
3	0.7513	34.185
4	0.683	31.077
5	0.6209	28.252
6	0.5645	25.684
7	0.5132	23.349
8	0.4665	21.226
9	0.4241	19.296
CFP		387.236

Рассчитаем дисконтированные денежные потоки по месяцам.

Коэффициент дисконтирования рассчитывается как:

$$K = \frac{1}{(1+0.1)^k}, \quad (17)$$

Таблица 19 – Дисконтированные денежные потоки

Период	Коэффициент дисконтирования	A
1	0.9091	67.955
2	0.8264	61.777
3	0.7513	56.161
4	0.683	51.055
5	0.6209	46.414

Период	Коэффициент дисконтирования	A
6	0.5645	42.194
7	0.5132	38.359
8	0.4665	34.871
9	0.4241	31.701
10	0.3855	28.819
CF		459.306

Чистая текущая стоимость:

$$NVP = 459.306 - 387.236 = 72.071$$

Индекс рентабельности:

$$PI = \frac{459.306}{387.236} = 1.186$$

Срок окупаемости – это минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого интегральный эффект становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

Таблица 20 – Расчет срока окупаемости

Период	PV _t	Нарастающий PV _t	DIC _t	Нарастающий DIC _t
0	0	0	125.2	125.2
1	67.955	67.955	41.364	166.564
2	61.777	129.731	37.603	204.167
3	56.161	185.892	34.185	238.352
4	51.055	236.947	31.077	269.429
5	46.414	283.361	28.252	297.681
6	42.194	325.556	25.684	323.364
7	38.359	363.914	23.349	346.713
8	34.871	398.786	21.226	367.939
9	31.701	430.487	19.296	387.236
10	28.819	459.306		

В нашем случае капитальные вложения равны 387,236 тыс. руб. По таблице видно, что 387,236 тыс. руб. покроеются суммарными результатами после 7 месяца. Это результат примерный, только в месяцах. Для уточнения периода окупаемости рассчитаем, за какой период будут покрыты все инвестиционные затраты после 7 месяца.

$$\text{Нарастающий DIC}_t - PV_7 = 387.236 - 363.914 = 23,321$$

Интегральный результат за 8 месяца: $PV_8 = 34,871$ тыс. руб. за 30 дней.

$DPP2 = 23.321 / 34.871 * 30 = 20$ дней.

Следовательно, срок окупаемости проекта составит: $DPP = DPP1 + DPP2 = 7$ месяцев + 20 дней.

Определение предельного значения изменения дохода.

В ситуации, когда инвестиционный проект будет иметь интегральную точку безубыточности, NPV будет равен нулю.

$$q_1 = \left(1 - \frac{387.236}{456/306}\right) = 15.69 \%$$

Данные показывают, что предлагаемый проект создания интернет магазина коммерчески успешен и позволит, начиная с 7 месяца его функционирования улучшить коммерческую деятельность предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной бакалаврской работы произведено теоретическое изучение оценки и повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия и дальнейшее применение полученных знаний и навыков к деятельности магазина строительных и отделочных материалов «Стройте с нами».

В общем смысле эффективность – это отношение эффекта, конечного результата процесса, операции, действия, проекта к затратам, издержкам, обеспечивающим его получение или достижение.

Известно, что конечной целью деятельности коммерческого предприятия является получение максимально возможной прибыли с наименьшими издержками, так вот эффективность деятельности коммерческого предприятия, в общем случае, будет выражаться соотношением величины, полученной прибыли к понесенным издержкам.

Магазин строительных материалов «Стройте с нами» (объект исследования) создан в 2014 г. Юридический адрес магазина – г. Благовещенск, ул. Студенческая, д. 25/1, фактический - Благовещенский район, с. Чигири, пер. Широкий, 2.

Правовая форма предприятия – индивидуальный предприниматель (Черкашин В.В.).

В рамках данной работы были проведены PEST и SWOT-анализы деятельности предприятия.

В ходе PEST-анализа были выявлены благоприятные и неблагоприятные тенденции, а также проанализировано возможное влияние на деятельность предприятия четырех основных факторов макросреды

На основании всестороннего изучения рыночной ситуации проведен SWOT-анализ, который позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны организации, а также потенциальные возможности и угрозы.

Данные проведенного анализа эффективности деятельности предприятия

показали, что предприятие отличается кризисным уровнем финансовой устойчивости и достаточно рискованной стратегией финансирования, использующей в качестве основного источника кредиторскую задолженность. Предприятие является нетто-кредитором. Большинство показателей финансовой устойчивости ниже нормативных значений. Тенденция этих показателей носит негативную динамику. Формальные показатели ликвидности находятся на очень низком уровне. На протяжении анализируемого периода предприятие существенно увеличило собственный капитал. Общая оценка собственного капитала заключается в том, что собственный капитал составляет менее половины в структуре финансирования. Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей показал, что в целом задолженности характеризуются высокой оборачиваемостью, а, следовательно, высоким качеством. Их соотношение складывается в не пользу организации (дебиторская задолженность превышает кредиторскую).

Для совершенствования деятельности магазина, повышения ее эффективности в рамках данной работы предложено создание интернет-магазина.

Общая сумма инвестиций для реализации запланированного проекта составила 79 700 руб. Сумма затрат на первый месяц составила 125 200 руб.

Проведенные расчеты показали, что проект окупится в течение 7 месяцев со дня запуска.

Исходя из проведенной работы можно констатировать, что цель, определенная во введении к настоящей работе, достигнута, задачи выполнены в полном объеме.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Ассорина, Г.В. Управление инновационными процессами в экономических системах: базовые принципы / Г.В. Ассорина // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 5. – С. 15-17.
- 2 Бубенок, Е.А. Инвестиционная привлекательность как критерий конкурентоспособности инновационной компании / Е.А. Бубенок // Российское предпринимательство. – 2015. – № 8. – С. 382-383.
- 3 Бугулов, Э.Р. Планирование на предприятии: учебник / Э.Р. Бугулов, А.Ю. Богомолов, В.А. Горемыкин. – М.: Филинь, 2015. – 328 с.
- 4 Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление; Феникс - М., 2015. - 368 с.
- 5 Владимиров, В.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В.Н. Владимиров. – Киров: Изд-во ВятГУ, 2014. – 110 с.
- 6 Горлов, В.В. Книга директора магазина: практ. рекомендации / В.В. Горлов. – 2-е изд., улучшен. и доп. – СПб.: Питер, 2017. – 368 с.
- 7 Грибов, В.Д. Экономика предприятия: учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 336 с.
- 8 Дорофеев, В.Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В.Д. Дорофеев, В.А. Дресвянников. – Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2015. – 189 с.
- 9 Ефимов, О.Н. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/Ефимов О.Н.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.—732 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23085/> дата обращения (02.06.2018)
- 10 Катасонов, В.Ю. Инвестиционный потенциал хозяйственной деятельности. Макроэкономический и финансово - кредитный аспекты; МГИМО(У) МИД Росси - М., 2015. - 320 с.
- 11 Кент, Т. Розничная торговля [Электронный ресурс]: учебник для

студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело»)/ Кент Т., Омар О.— Электрон.текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. — 719 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34504/> дата обращения (02.06.2018)

12 Климанова, А.П. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий / А.П. Климанова // Молодой ученый. – 2016. – № 3. – С. 441-443.

13 Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: Велби, 2014. – 424 с.

14 Кондрашов, В.М. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301)/ Кондрашов В.М.— Электрон.текстовые данные.—М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52650/> дата обращения (02.06.2018)

15 Кукушкин, С. Н. Планирование деятельности предприятия. Учебное пособие. /С.Н. Кукушкин – М.: Юрайт, 2014. – 350 с.

16 Левкин, Г.Г. Основы коммерции [Электронный ресурс]: конспект лекций/ Левкин Г.Г.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/46248/> дата обращения (02.06.2018)

17 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: практич. пособие / И.А. Липсиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2014. – 112 с.

18 Любанова, Т.П. Стратегическое планирование на предприятии: учеб. пособие / Т.П. Любанова, Л.В. Мясоедова, Ю.А. Олейникова. – М.: ПРИОР, 2016. – 272 с.

19 Ляпкина, А.В. Функционирование агропродовольственного рынка в условиях усиления конкуренции: Учебное пособие. / А.В.Ляпкина. -Чебоксары, 2015. - 48 с.

20 Ляско, А. Стратегический менеджмент. Современный учебник/А.Ляскина – М.: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2014. – 488 с.

- 21 Ляско, В. Стратегическое планирование развития предприятия. Учебник. / В. Ляско– М.: Экзамен, 2014. – 57 с.
- 22 Матвеева, О. П. Стратегия продаж: сущность и структура. / О.П.Матвеева Вестник БУКЭП. 2014. № 1(49). С. 229- 234.
- 23 Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности; Феникс - М., 2015. - 136 с.
- 24 Молчанов, Н.Н. Инновационный процесс: Организация и маркетинг / Н.Н. Молчанов. – СПб.: СПбГУ, 2014. – 192 с.
- 25 Нечитайло, А. Экономика предприятий (организаций) / А. Нечитайло– М.: Проспект, 2014. – 269 с.
- 26 Носова, Н. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы. / Н. Носова– М.: Дашков и Ко, 2015. – 256 с.
- 27 Ожиганов, Э. Политика инновационного развития. Глобальная конкуренция и стратегическая перспектива России / Э. Ожиганов– М.: Либроком, 2015 – 176 с.
- 28 Панкратов, Ф. Г., Коммерческая деятельность. Учебник; Информационно-внедренческий центр "Маркетинг" - М., 2017. - 328 с.
- 29 Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пигунова О.В., Науменко Е.П.— Электрон.текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35490/> дата обращения (02.06.2018)
- 30 Половцева, Ф. М. Коммерческая деятельность / Ф.М. Половцева- М. : Инфра-М, 2014. – 284 с.
- 31 Прокофьев, Ю.С. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие / Ю.С. Прокофьев, Е.Ю. Калмыкова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2015. – 120 с.
- 32 Прытков, И. В. Характеристика современных подходов к выработке стратегии развития предприятия /И.В. Прытков.//Организатор производства. 2014, № 3. - С. 39-44.
- 33 Рубин, Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции / Ю.Б. Рубин– М.: Маркет ДС, 2015. – 183 с.

34 Рыжакина, Т.Г. Менеджмент предприятия: учеб. пособие / Т.Г. Рыжакина. – Томск: Изд-во ТПУ, 2014. – 183 с.

35 Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / под ред. В.М. Попова. – изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: КноРус, 2015. – 360 с.

36 Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа: 13-е изд., пер. с англ. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. [Текст]: Учебное пособие. /- М., 2016. – 547 с.

37 Федоренко, В. И. Оптимальное управление ресурсами в интересах обеспечения безопасности социально-экономических систем /В.И.Федоренко// Инновации в науке, 2014, № 5. -С. 155-164.

38 Финансовый менеджмент: учебник / под ред. Е.И. Шохина. – М.: КНОРУС, 2014. – 480 с.

39 Хрусталева, Б. Б. Теоретические и методические основы формирования стратегии развития предприятия. / Б.Б. Хрусталева// Известия КГАУС, 2015. № 2(20). - С. 201-266.

40 Хучек, М. Инновации на предприятиях и их внедрение / М. Хучек. – М.: Луч, 2014. – 106 с.

41 Царев, В.В. Внутрифирменное планирование / В.В. Царев. – СПб.: Питер, 2013. – 496 с.

42 Шеремет, А.Д. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 415 с.