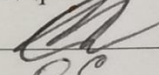



Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический  
Кафедра экономической безопасности и экспертизы  
Направление подготовки 38.03.06 - Торговое дело  
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

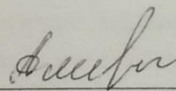
 Е.С. Рычкова  
«21»  2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Совершенствование коммерческой деятельности предприятия (на примере ООО «АмурПрофОхрана»).

Исполнитель:

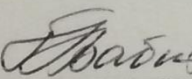
студент группы 475 об

 20.06.2018  
(подпись, дата)

А.Д. Кобыляцкая

Руководитель

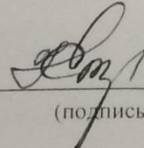
доцент, канд.техн.наук

 20.06.18.  
(подпись, дата)

Н.А. Бабкина

Нормоконтроль

ассистент

 20.06.2018  
(подпись, дата)

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2018

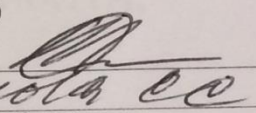
Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Экономический

Кафедра Экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

  
« 20 » 04 2018 г.

**З А Д А Н И Е**

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента

Кобыляцкой Алины Дмитриевны

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Совершенствование коммерческой деятельности предприятия (на примере ООО «Амур-ПрофОхрана»)

(утверждено приказом от 23.04.2018 № 914-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 20.06.2018

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе

Учебные пособия, статьи, электронные ресурсы, учредительные документы предприятия

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

1 Теоретические аспекты развития коммерческой деятельности

2 Анализ коммерческой деятельности предприятия ООО «АмурПрофОхрана»

3 Рекомендации по повышению эффективности организации коммерческой деятельности ООО «АмурПрофОхрана»

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

18 таблиц, 20 рисунков, 1 приложение

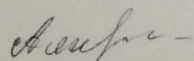
6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания 20.04.2018

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта): Бабкина Наталья Арсентьевна,  
доцент, кандидат технических наук

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

Задание принял к исполнению (дата) 20.04.2018



(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 62с., 18 таблиц, 20 рисунков, 46 источников.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЫНОК ОХРАННЫХ УСЛУГ,  
ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА,  
АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

В данной работе были рассмотрены показатели оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия, существующие проблемы коммерческой деятельности торгового предприятия, проведен анализ эффективности деятельности предприятия, выявлены проблемы и предложены мероприятия по их устранению.

Цель бакалаврской работы состоит в разработке направлений совершенствования коммерческой деятельности предприятия ООО «АмурПрофОхрана».

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты развития коммерческой деятельности	7
1.1 Понятие и сущность, цели и задачи коммерческой деятельности в сфере торговли	7
1.2 Показатели оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия	11
1.3 Направления совершенствования коммерческой деятельности предприятия	18
2 Анализ коммерческой деятельности предприятия ООО «АмурПрофОхрана»	26
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	26
2.2 Анализ макросреды предприятия	31
2.3 Анализ эффективности деятельности предприятия	36
3 Рекомендации по повышению эффективности организации коммерческой деятельности ООО «АмурПрофОхрана»	48
3.1 Разработка мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности	48
3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий	51
Заключение	56
Библиографический список	58
ПРИЛОЖЕНИЕ А	63

## ВВЕДЕНИЕ

Коммерческая деятельность предприятия – это совокупность его специальных функций, направленных на совершение процессов купли-продажи и увеличение потребительской ценности производимой продукции с целью удовлетворения потребительского спроса и получения прибыли.

Организация и управление коммерческой деятельностью предприятия являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия фирмы и потребителя как субъектов экономических отношений.

Преобразования, проводимые в торговле и коммерции, не могут не учитывать ряда обстоятельств. Во-первых, происходящие экономические преобразования, особенности переходного периода, менталитет и покупательское поведение людей. Во-вторых, все элементы макро- и микросреды должны работать как единый и слаженный механизм, действующий в новых условиях хозяйствования. В-третьих, рыночные преобразования необходимо проводить в увязке с экономическими процессами и рыночными принципами, утвердившимися в мировой практике.

Коммерческая деятельность представляет собой совокупность поэтапно выполняемых торгово-организационных операций, осуществляющихся в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с конечной целью получения прибыли.

Выступать в роли субъектов коммерческой деятельности, то есть осуществлять ее, могут как торговые организации и предприятия, так и индивидуальные предприниматели.

Актуальность темы исследования определяется и тем, что разработка стратегических направлений развития коммерческой деятельности предприятий оптово-розничной торговли необходима для укрепления конкурентных позиций на рынке товаров и услуг.

Предмет исследования - коммерческая деятельность ООО «АмурПроф-

Охрана».

Объект исследования – частное охранное агентство ООО «АмурПрофОхрана».

Цель бакалаврской работы состоит в разработке направлений совершенствования коммерческой деятельности предприятия ООО «АмурПрофОхрана».

Для реализации поставленной цели необходимо решить задачи:

- рассмотреть понятие и сущность, цели и задачи коммерческой деятельности в сфере торговли;
- привести показатели оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия;
- рассмотреть существующие проблемы коммерческой деятельности торгового предприятия на современном этапе;
- дать организационно-экономическую характеристику предприятию ООО «АмурПрофОхрана»;
- провести оценку макросреды предприятия;
- провести анализ эффективности деятельности предприятия;
- предложить мероприятия по повышению эффективности организации коммерческой деятельности ООО «АмурПрофОхрана».

Информационной базой исследования послужили данные бухгалтерского учета, статистические данные по ситуации в сфере торговли фармацевтикой.

При выполнении работы применялись общенаучные и специальные методы исследования:

- наблюдение;
- опрос;
- сравнение и аналогии;
- экономико-математические расчеты.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## 1.1 Понятие и сущность, цели и задачи коммерческой деятельности в сфере торговли

Коммерция – движущий фактор потребительского рынка. Стратегия коммерции должна быть направлена на доведение товаров до потребителей, сопровождаемое коммерческими действиями и операциями, тактика которых заключается в снижении текущих затрат.<sup>1</sup>

Коммерческая деятельность имеет место везде и всегда, если осуществляются процессы купли-продажи. Поэтому, если рассматривать классический процесс товародвижения (рисунок 1), можно отметить, что на всех этапах этого процесса осуществляются наряду с другими и коммерческие процессы.<sup>2</sup>



Рисунок 1 - Классическая цепь процесса товародвижения

Коммерция – деятельность юридических и физических лиц, осуществляющих куплю-продажу товаров, а также их хранение с целью удовлетворения покупательского спроса и получение в результате этого прибыли.<sup>3</sup>

Коммерческой деятельностью является предпринимательство, ориентированное на извлечение прибыли.

<sup>1</sup> Киселева Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения. 2010. С. 6

<sup>2</sup> Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия. 2014. С. 4

<sup>3</sup> Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность / Финансы и статистика. 2016. С. 12.

Его отличительными чертами можно считать инициативу, гибкость, что предполагает постоянные оценки рыночной ситуации, реакцию на колебания спроса и предложения на рынке.

Раскрывая сущность и содержание коммерческой деятельности, следует взять за основу то, что коммерция представляет собой «вид торгового предпринимательства или бизнеса, но бизнеса благородного, того бизнеса, который является основой любой по-настоящему цивилизованной страны рыночной экономики».

Как утверждает И.В. Кондраков<sup>4</sup>, «коммерция - это деятельность юридических, а также физических лиц по осуществлению операций купли-продажи товаров и оказанию услуг с целью удовлетворения спроса и получения прибыли». По мнению С. А. Каплиной, «коммерция представляет собой деятельность в сфере распределения и обмена товарно-материальных ценностей, которые создают условия для качественного осуществления процессов производства и потребления».

Объектами коммерческой деятельности является все, что подлежит купле-продаже. Это товары (вещи и услуги), деньги и ценные бумаги, иное имущество, информация, результаты интеллектуальной деятельности (патенты, лицензии, произведения науки, литературы, «ноу-хау»). Объектами коммерческой работы являются также предприятия — имущественные комплексы, осуществляющие предпринимательскую деятельность.

Участниками (субъектами) коммерческой деятельности — теми, кто осуществляет куплю-продажу, являются физические и юридические лица.

Физическое лицо — это гражданин, который обладает правоспособностью и дееспособностью.

Юридическое лицо — это организация (группа людей, деятельность которых координируется для достижения общих целей), которая имеет в

---

<sup>4</sup> Кондраков И. В. Совершенствование коммерческой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предпринимательских структур // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. С. 47.



собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам.<sup>5</sup>

Цели коммерческой деятельности вытекают из самой ее сущности как деятельности, осуществляемой физическими и юридическими лицами по производству или приобретению и продаже товаров либо оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги к взаимной выгоде заинтересованных контрагентов. Коммерческая деятельность оперирует теми же элементами рынка, что и маркетинг. Однако главной целью для нее является не исследование спроса и проникновение на рынки сбыта, удержание своих позиций на нем, а формирование системы оперативно-организационных мероприятий, направленных на организацию и управление процессами купли-продажи товаров с целью удовлетворения потребительского спроса и получения прибыли.<sup>6</sup>

Вместе с тем продать продукцию, товар и получить прибыль возможно только с использованием инструментов маркетинга. В этом, как раз, и проявляется неразрывная связь коммерции и маркетинга, определяемая сущностью современной концепции маркетинга, воплощенной в лозунге: «Производить нужно только то, что будет куплено». Содержание этой концепции заключается в сочетании рыночной и товарной концепций, то есть в создании нужного рынку товара и потребителя в одно и то же время.

Коммерческая деятельность должна сопровождаться действиями и решениями, которые базируются на реально сложившихся рыночных условиях. С учетом экономических факторов и целевой предназначенности предприятия перед коммерческой деятельностью ставятся следующие задачи:

- формирование коммерческой политики – это определение

---

<sup>5</sup> Мачерет Д. А. Коммерческая деятельность. 2016. С. 14

<sup>6</sup> Никулина Н.Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения. 2012. С. 65

текущих и перспективных задач коммерческой деятельности, способов их решения. Без четко сформулированных задач невозможно успешное функционирование предприятия. К числу основных задач коммерческой политики относятся: усиление влияния на рынке, выявление и заполнение новых рыночных ниш, расширение ассортиментной номенклатуры, повышение конкурентоспособности и уровня обслуживания:

- комплексный подход к коммерческой работе — формирование коммерческих звеньев организации, которые должны работать как единый и слаженный механизм, осуществляя тесную связь с поставщиками, учет структуры рыночного спроса, управление продвижением товара к покупателю;

- управление куплей-продажей товаров и услуг на коммерческой основе - проведение коммерческих сделок, коммерческих операций, товарно-денежного обмена;

- развитие рынков товаров — постоянное изучение состояния рынка, определение мотивации покупателей на необходимые товары, платежеспособный спрос, предпосылки его роста, что позволяет выявить потенциальные возможности расширения (развития) рынка;

- адаптация коммерческой деятельности к изменениям окружающей среды;

- обеспечение учета издержек, связанных с деятельностью, - одна из основных задач организации коммерческой работы, позволяющей сократить затраты на операции по доведению товаров до потребителей.<sup>7</sup>

Организация коммерческой деятельности предприятия связана:

- с экономикой предприятия – анализом, планированием, оценкой коммерческой деятельности в целом и отдельных ее процессов;

- с коммерческим правом – формированием хозяйственно-

---

<sup>7</sup> Федорова М.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. С. 23

коммерческих связей в сфере товарного обращения, заключением и исполнением коммерческих договоров;

– с маркетингом, в силу однородности целей, – получением прибыли и удовлетворением потребительских запросов покупателей, но проведение отдельных маркетинговых мероприятий не достигает того эффекта, который заложен в его комплексе с организацией коммерческой деятельности;

– с менеджментом – раскрытием потенциальных возможностей предприятия с ориентацией на трудовой коллектив для достижения поставленных целей в коммерческой деятельности;

– а также с информатикой – учетом и обработкой товаропотоков с помощью компьютеров);

– со специальными дисциплинами коммерческого товароведения и экспертизы.<sup>8</sup>

Коммерческая деятельность осуществляется на всем продвижении товара на рынок. Формы и методы ее осуществления различны в разных экономических условиях. В рыночных условиях исключительное значение приобретает комплексное изучение рынка, требований потребителей к товарам и методам их продажи, а также к сервисному обслуживанию.

## **1.2 Показатели оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия**

Экономическая эффективность определяется как соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами.

Экономический эффект - это результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями как товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход, прибыль.

Эффективность любой коммерческой деятельности характеризуется результативностью коммерческих операций и определяется как сумма

---

<sup>8</sup> Киселева Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения. 2010. С.7

доходов или прибыли, которые соотносятся с объемом привлеченных ресурсов либо затрат. Но в работе компании зачастую сложно выделить эффективность коммерческих операций, именно поэтому целесообразно оценивать их по ряду определенных, специфических показателей, которые наиболее полно отражают успехи в коммерческой деятельности, чем общие показатели.<sup>9</sup>

Экономическая эффективность включает в себя экономические аспекты эффективности технико-экономической и социально-экономической, т. е. отражает и уровень эффективности использования производственных сил общества, и степень достижения цели производства.

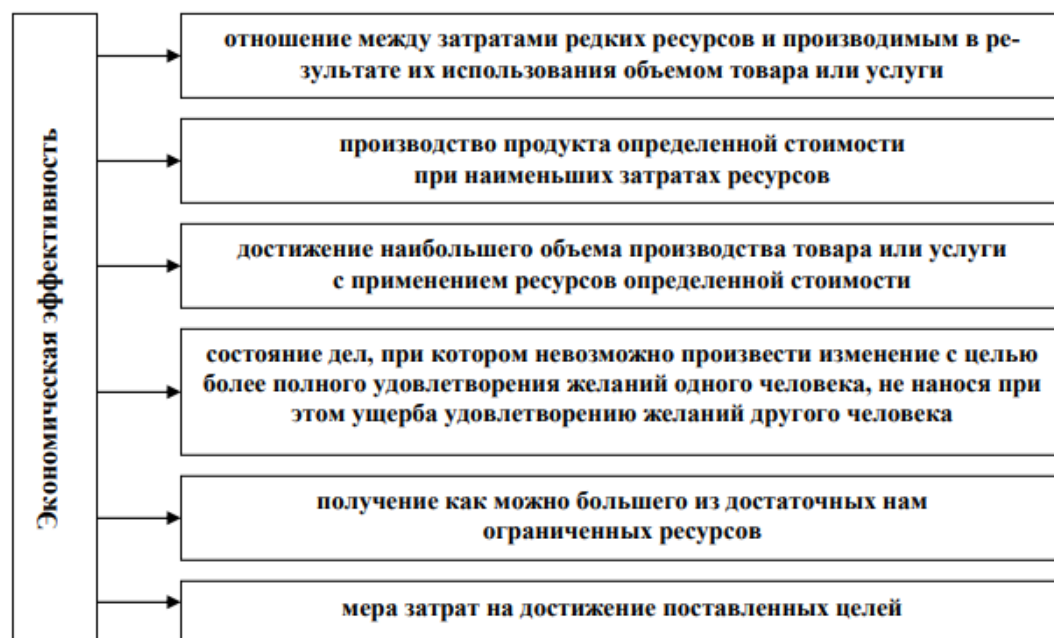


Рисунок 2 - Содержание экономической эффективности<sup>10</sup>

Главная цель оценки эффективности деятельности компании — выявление возможностей развития предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности,

<sup>9</sup> Калиева О. М., Разумова М. С. Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности // Инновационная экономика. 2014. С. 99-103.

<sup>10</sup> Греченюк А.В., Греченюк О.Н. Сравнительный анализ российских и зарубежных подходов к анализу финансового состояния организации // Аудит и финансовый анализ. 2015. С.77

который проводится с использованием показателей, способных отразить состояние и перспективы развития коммерческой организации.<sup>11</sup>

Обобщающие показатели отражают эффективность использования совокупности ресурсов или хозяйственной деятельности предприятия в целом, а частные — характеризуют эффективность отдельных сторон хозяйственной деятельности предприятия или степень использования отдельных видов ресурсов. Группа обобщающих показателей эффективности представлена на рисунке 3.

Наименование показателя	Порядок расчета	Что характеризует
Рентабельность продаж	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка от продаж}} \times 100 \%$	Доходность реализуемой продукции
Рентабельность затрат	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Полная себестоимость продукции}} \times 100 \%$	Эффективность текущих затрат на производство
Рентабельность активов	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Средняя стоимость активов}} \times 100 \%$	Эффективность использования всего капитала активов
Рентабельность	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Средняя стоимость основных фондов и материальных оборотных средств}} \times 100 \%$	Эффективность

Рисунок 3 - Обобщающие показатели эффективности деятельности предприятия

При расчете комплексных показателей эффективности деятельности

<sup>11</sup> Калиева О. М., Разумова М. С. Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности // Инновационная экономика. 2014. С. 96

предприятия основаны на экономической эффективности функционирования предприятия, и все интегральные показатели эффективности построены именно на показателях экономической эффективности.

Методика расчета основных интегральных показателей оценки эффективности деятельности торгового предприятия: интегральными показателями являются: показатель эффективности использования торгового потенциала, эффективности финансовой деятельности, экономической эффективности хозяйственной деятельности, уровня экономического развития, интегральный показатель оценки качества торгового обслуживания по мнению покупателей и пр.

Так же для комплексной оценки эффективности деятельности торговых предприятий необходимо проводить всестороннюю оценку их финансового состояния, однако эти вопросы более подробно рассматриваются в других литературных источниках.

Для получения системной оценки деятельности предприятия нами предлагается комплексный подход к оценке результатов деятельности организации с позиций различных заинтересованных групп.

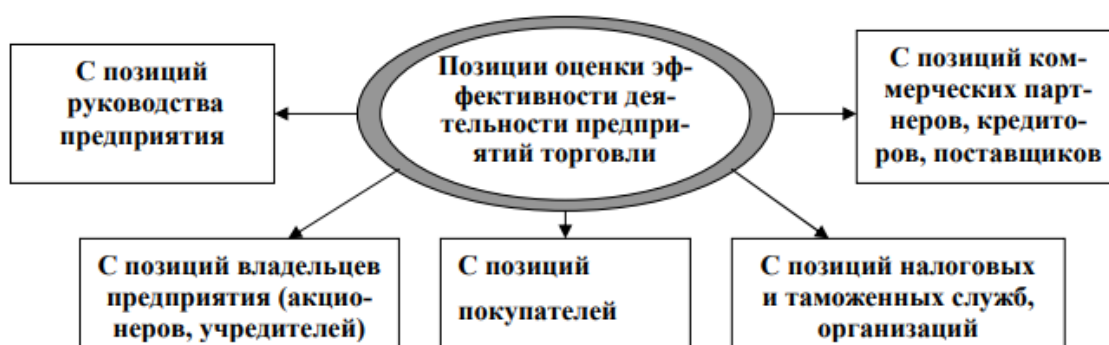


Рисунок 4 - Подходы к оценке эффективности деятельности предприятия торговли с позиций заинтересованных групп<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Панфиль Л.А., Муртазина Е.Э. Оценка эффективности деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 6. С. 4.

С этой точки зрения необходимо выделить основные элементы предприятия как системы экономических интересов и определить показатели, соответствующие каждой группе заинтересованных субъектов согласно критерию полноты удовлетворения их интересов, связанных с деятельностью данного конкретного предприятия.

Далее, М. И. Баканов, предлагает оценивать экономическую эффективность только комплексно, деля методы ее оценки на 2 группы:

- комплексно, без расчета интегрального показателя (эвристические методы);
- комплексно, с расчетом единого интегрального показателя<sup>13</sup>.

Показатель эффективности использования торгового потенциала (формула 1):

$$Эи_{mn} = \frac{P}{ФЗП + (ОФ + ОС) * Еп} , \quad (1)$$

где Р – прибыль от продаж;

ФЗП – фонд заработной платы;

ОФ – основные фонды;

ОС – оборотные средства;

Еп - нормативный коэффициент, равный 0,12.

Показатель эффективности финансовой деятельности (формула 2):

$$Эи_{mn} = \frac{Пдн.о}{ФЗП + (ОФ + ОС) * Еп} , \quad (2)$$

где Пдн.о – прибыль до налогообложения;

ФЗП – фонд заработной платы;

ОФ – основные фонды;

---

<sup>13</sup> Баканов М. И.. Нормы производительности предприятия // Аудиторские ведомости. 2016. № 5. С. 58–63.

ОС – оборотные средства;

$E_n$  - нормативный коэффициент, равный 0,12.

Показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности (формула 3):

$$У_{\text{эхд}} = \sqrt[3]{\text{Э}_{\text{тп}} * \text{Э}_{\text{тд}} * \text{Э}_{\text{фд}}}, \quad (3)$$

где  $\text{Э}_{\text{тп}}$  – эффективность использования торгового потенциала;

$\text{Э}_{\text{тд}}$  – эффективность торговой деятельности;

$\text{Э}_{\text{фд}}$  – эффективность финансовой деятельности.

Так же оценивать эффективность коммерческой деятельности можно по такому направлению работы торговых предприятий, как формирование основных фондов.

От эффективности использования основных фондов значительной степени зависят и конечные результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Улучшение использования основного технологического оборудования можно добиться двумя основными путями:

– либо за счет совершенствования организации производства, устранения непроизводительных потерь времени работы оборудования;

– либо за счет внедрения в производство передовых достижений науки и техники, позволяющих оснастить его высокопроизводительным оборудованием и прогрессивной технологией, «расшить» узкие места в технологическом процессе.

Выбор того или иного варианта повышения эффективности использования основных производственных фондов и, в частности, оборудования, должен базироваться на тщательном экономическом анализе. Основными задачами, которые необходимо решить в процессе анализа



эффективности использования основных производственных фондов, являются:

- улучшение состава, структуры и движения основных производственных фондов;
- оценка технологического состояния основных производственных фондов;
- выявление обеспечения предприятия и его подразделений основными фондами;
- изучение степени использования основных фондов по их мощности и по времени работы;
- выявление резервов полной загрузки оборудования, разработка конкретных мероприятий и рекомендаций по реализации этих резервов.

На рисунке 5 приведены методики расчета и определения эффективности использования основных фондов.

Показатели	Методики
1. Фондоотдача	$\Phi_o = \frac{TO}{\sum O\Phi_{год}}$ , где $\Phi_o$ – фондоотдача, $TO$ – товарооборот, $\sum O\Phi_{год}$ – среднегодовая стоимость основных фондов
2. Фондоемкость	$\Phi_E = \frac{\sum O\Phi_{год}}{TO}$ , где $\Phi_E$ – фондоемкость
3. Фондовооруженность	$\Phi_B = \frac{\sum O\Phi_{год}}{Ч}$ , где $\Phi_B$ – фондовооруженность; $Ч$ – среднегодовая численность работников, $\sum O\Phi_{год}$ – среднегодовая стоимость основных фондов
4. Фондооснащенность	$\Phi_{осн} = \frac{\sum O\Phi_{год}}{S_{торг}}$ , где $\Phi_{осн}$ – фондооснащенность, $S_{торг}$ – площадь торговая, $\sum O\Phi_{год}$ – среднегодовая стоимость основных фондов
5. Фондорентабельность	$\Phi_P = \frac{Пч}{\sum O\Phi_{год}}$ , где $\Phi_P$ – фондорентабельность; $Пч$ – чистая прибыль; $\sum O\Phi_{год}$ – среднегодовая стоимость основных фондов

Рисунок 5 - Методики расчета и определения эффективности использования основных фондов

Таким образом применение предложенных методик оценки эффективности деятельности предприятия торговли позволит увеличить степень ориентирования системы анализа на внешние и внутренние данные, повысить уровень интегрирования системы, произвести оценку качественных и количественных параметров системы предприятия, на основе чего углубить исследования и выявить основные резервы для успешного, конкурентного развития предприятия в будущем.

### 1.3 Направление совершенствования коммерческой деятельности

В современных условиях развития рыночных отношений все большее значение в хозяйственной деятельности промышленных предприятий занимает коммерческая деятельность. Поскольку от ее эффективности зависит основной результат деятельности промышленных предприятий – финансовая устойчивость, рентабельность, максимальное удовлетворение требований потребителей, что дает возможность рассматривать ее в качестве одного из ряда основных конкурентных преимуществ предприятий.

На конкурентоспособность предприятия оказывает влияние множество факторов, без учета и анализа которых оно может потерять конкурентные позиции в отрасли. По этой причине в процессе совершенствования коммерческой деятельности важным условием является изучение природы и сущности конкурентоспособности. Кроме того, на эффективность данного процесса влияет:

- ☒ специфика промышленного производства (единичное, серийное, массовое);

- ☒ ориентация коммерческой деятельности на ключевые факторы успеха, в частности, ориентация на потребителя, наличие квалифицированного персонала и необходимых условий для самореализации, качество реализуемой продукции, информационное обеспечение коммерческой деятельности, постоянный учет и анализ фактора риска.

Коммерческая деятельность, в сравнении с остальными функциями промышленного предприятия, является наиболее важной, поскольку она обеспечивает не только спрос на продукцию, доверительные отношения с партнерами, но и основные экономические показатели хозяйственной деятельности.

По этой причине способность руководства и сотрудников коммерческих служб подстраивать работу подразделения под изменяющиеся условия конкурентной среды предприятия способствует страхованию от

возможных рисков, обеспечивает ее эффективность, создает конкурентные преимущества в данной области.

Основным средством, способным решить поставленные задачи, на наш взгляд, является алгоритм принятия рационального решения. С учетом специфики коммерческой деятельности промышленного предприятия и разработанных принципов алгоритм принятия решения имеет следующий вид (рисунок 6).

Таким образом, посредством алгоритма принятия решения оптимизируются результаты коммерческой деятельности, повышается ее адаптивность к условиям конкурентной среды, что является ключевыми условиями ее эффективности. Это дает возможность рассматривать данный подход в качестве эффективного инструмента повышения конкурентоспособности промышленного предприятия.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Кондраков И.В. Совершенствование коммерческой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предпринимательских структур // Вестник ТГУ. 2008. № 5 (61). С. 105

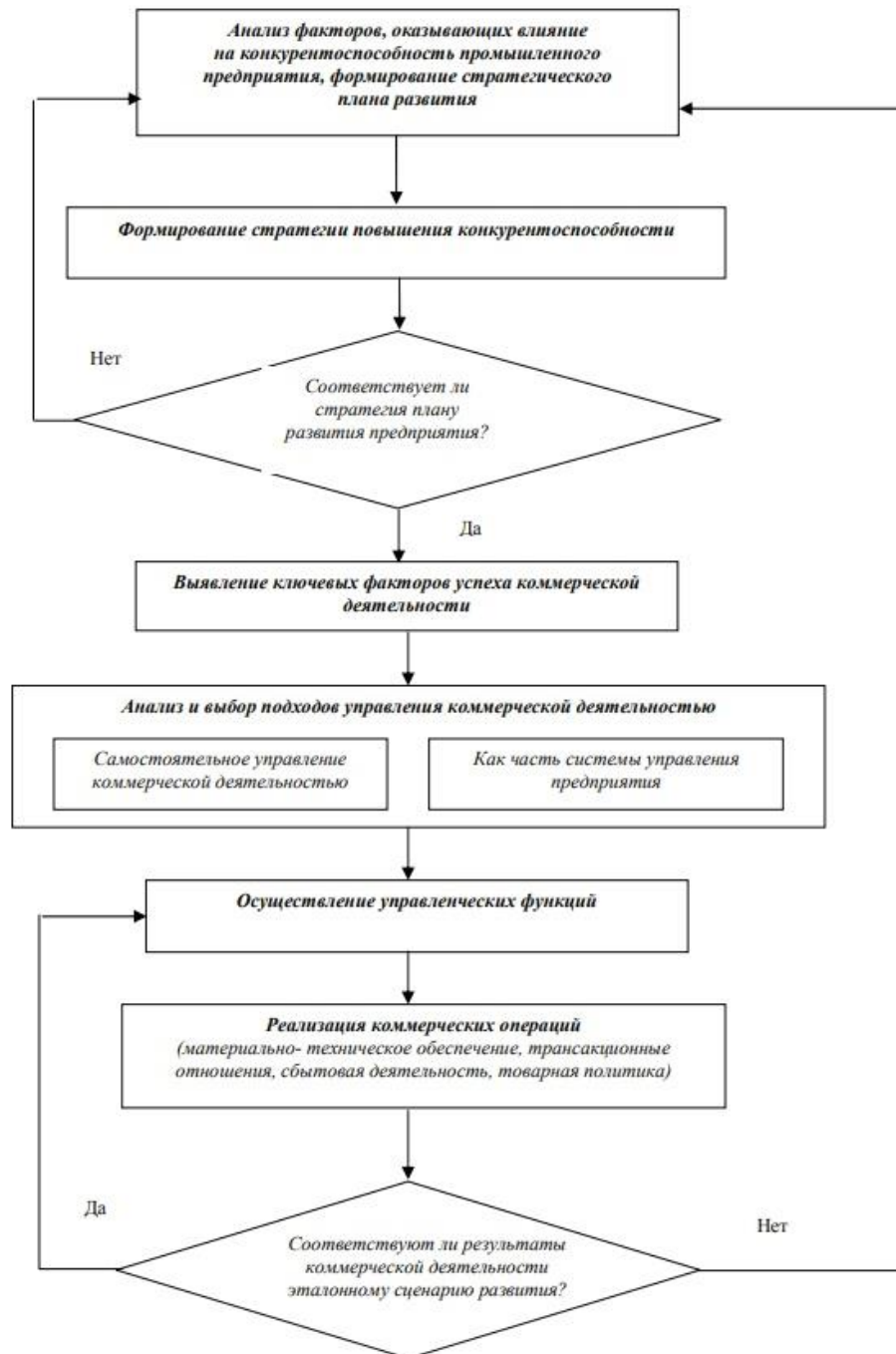


Рисунок 6 - Алгоритм принятия решения в сфере коммерческой деятельности промышленного предприятия

Для субъектов предпринимательства, особо важным остается определение способности компании к дальнейшему развитию, который зависит от:

- управления и организации внутривозможных процессов;

– формирования устойчивого спроса на реализуемую продукцию.

Таблица 1 - Стратегические направления развития предпринимательской деятельности в рыночных условиях

Стратегическое направление	Способ реализации
Удержание позиций на рынке (доли рынка)	Проведение активной маркетинговой политики и повышение качества сбыта (повышение квалификации сотрудников, мониторинг рыночной ситуации, применение технологии активных продаж и послепродажного сервиса)
Формирование и закрепление на новых рынках сбыта	Увеличение клиентской базы, получение обратной связи по реализованной продукции, сервису и оказанным услугам, анализ и оценка стратегии конкурентов
Продвижение принципиально новых, ранее неизвестных продуктов на рынок	Требуется оценка и анализ потребительских предпочтений покупателей, определение целевого сегмента рынка, а также выделение дополнительных средств в разработку, освоение и продвижение новых товаров на рынок
Расширение линейки выпускаемой продукции и пересмотр рынков сбыта	Оценка и анализ ситуации на рынке в выбранном сегменте, уровне платежеспособности потенциальных покупателей в условиях ограниченной информации
Уход с рынка	Требуется проведение тщательного анализа рыночной ситуации, оценки социальных и экономических последствий в связи с уходом с рынка

Таблица 2 - Стратегические направления эффективного использования финансовых ресурсов

Стратегическое направление	Предлагаемые меры
Улучшение показателей ликвидности компании	Реализация неиспользуемого имущества компании и снижение уровня дебиторской задолженности путем налаживания расчетно-платежной дисциплины
Оптимизация структуры пассивов компании	Оценка и анализ оптимального соотношения собственных и привлеченных средств, для определения независимости компании. После оценки состояния капитала в будущем приносить прибыль, рассматриваются варианты привлечения заемных средств
Совершенствование систем учета и мониторинга расходов компании	Проведение мониторинга оценки и анализа издержек обращения компании, безубыточности предпринимательской деятельности, контроль расходов, определение резервов и потенциала компании, совершенствование налоговой, финансовой и управленческой политики
Увеличение прибыли	Повышение финансовых результатов деятельности за счет выявления и сокращения постоянных и переменных

Повышение социально-экономической эффективности предпринимательских структур предполагает проведение реформ в направлении их развития, обеспечивая высокие темпы роста финансовых показателей, конкурентоспособности выпускаемой продукции, завоевание новых позиций на рынке, оптимизируя организационную структуру и диверсифицируя предпринимательскую деятельность.

К комплексным направлениям повышения эффективности предпринимательской деятельности следует отнести следующее.

Применение предпринимательского опыта и эффекта масштаба. Организация процесса создания инновационных продуктов и услуг позволяет закрепить эмпирические навыки и опыт. Создание благоприятного климата для активизации творческих способностей персонала к предпринимательству, позволяет получить новые знания, умения и навыки и повысить социальную эффективность компании.

Оптимизация использования социально-экономических ресурсов:

– повышение эффективности использования внеоборотных активов, включая своевременное проведение капитального ремонта, оптимизация использования производственной мощности оборудования, рациональной планировки основных фондов, сокращение потерь простоя оборудования и т. д.;

– повышение эффективности оборотных активов, включая повышение ликвидности оборотных средств, путем снижения уровня долгосрочной и просроченной дебиторской задолженности, сокращение материальных издержек готовой продукции, построение адресной системы хранения товара, совершенствование логистической системы отправки готовой продукции и т. д.;

– повышение эффективности использования трудовых ресурсов, путем повышения квалификации работников, производительности труда, снижению простоев, улучшений условий и безопасности труда.

Применение современных информационных технологий автоматизации учета: покупка и внедрение информационных технологий автоматизации сбора, обработки и анализа используемой информации, систем электронного документооборота, интернет - продаж и т. д.

Практика ведения предпринимательской деятельности за рубежом и опыт российских предпринимательских структур подтверждают, что применение методов стратегического и тактического управления предпринимательской деятельностью, позволяет повысить гибкость предпринимательских структур и их реакцию на внешнюю и внутреннюю ситуацию, смещая акцент с анализа только финансовых результатов к перспективам развития предпринимательской деятельности.<sup>15</sup>

Рассмотрим актуальные проблемы, с которыми сталкиваются хозяйствующие субъекты товарных рынков и сферы услуг в процессе осуществления коммерческой деятельности в России: недостаточно эффективное законодательно-правовое и нормативное обеспечение, несовершенство системы налогообложения, частые изменения в законодательной базе в области коммерции и в целом, отсутствие оперативной информации о законодательной базе у субъектов коммерческой деятельности, частые нарушения контрагентами взаимных обязательств, сильное влияние криминальных структур, высокий уровень коррупции в стране, недостаточное развитие инфраструктуры товарных рынков, значительные транспортные издержки, высокая степень монополизации экономики, несовершенство системы финансово-кредитных отношений, низкий уровень культуры рыночных отношений.

---

<sup>15</sup> Киреев Н.Н. Ключевые направления повышения эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях хозяйствования // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 7. С.50



Спектр проблем достаточно широк –он охватывает не только экономическую, но и социальную, а также политическую системы государства.

Деятельности торговых предприятий присущ ряд характерных особенностей:

- ассортимент реализуемых товаров в значительной степени зависит от характера спроса и особенностей обслуживаемого контингента, его профессионального, национального, возрастного состава, покупательной способности, условий труда и быта;

- предприятия организационно и торгово-технологически достаточно автономны и самостоятельны в процессе реализации товаров, и каждое имеет свои доходы и расходы, которые можно учесть и сопоставить;

- предприятия максимально приближены к потребителям и по размеру сравнительно невелики, что позволяет быстро реагировать на изменение рыночной ситуации;

- спрос на товары и услуги торговых предприятий с учетом специфики деятельности подвержен значительным колебаниям по временам года, дням недели и даже часам суток;

- наряду с реализацией товаров торговые предприятия оказывают покупателям значительный объем услуг розничного характера.<sup>16</sup>

Большинство коммерческих предприятий не используют или недостаточно используют инструментарий маркетинга в своей деятельности. Эти проблемы связаны не только с реализацией чисто технических операций в части управления рынком, например, его прогнозирование, но и с тем, что недостаточно развита теоретическая база маркетинга на оптово-посредническом рынке.

Многие торговые фирмы отождествляют маркетинг либо со сбытом,

---

<sup>16</sup> Смирнов М. О. Коммерция: теоретические аспекты и проблемы развития в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. С. 152 - 155.

либо с установлением цен, либо с рекламой, маркетинговые исследования, как правило, сводятся к выявлению цен у конкурентов. Кроме того, условия развития предпринимательства в России привели к специфическому пониманию маркетинга. Вместо традиционного - удовлетворение потребностей потребителей - российский маркетинг направлен на поиск платежеспособного потребителя. Проблемы этого рода проявляются в том, что на складах у торговых предприятий образуются излишние запасы, а по многим позициям товарного ассортимента создается дефицитная ситуация. Результат - не полное удовлетворение потребностей клиентов.

Существуют и многие другие проблемы, которые охватывают самые разные направления и иерархические уровни. Однако несмотря на их действие и форму проявления, коммерческий рынок становится все более цивилизованным и фирмам приходится работать независимо от характера и масштабов проблем, влияния окружающей среды.

## 2 АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АМУРПРОФОХРАНА»

### 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Полное наименование — Общество с ограниченной ответственностью «Частное охранное агентство АмурПрофОхрана». Агентство «АмурПрофОхрана» зарегистрирована 22 февраля 2006 года, регистратор — Межрайонная Инспекция ФНС России №1 по Амурской области. Общество с ограниченной ответственностью "частное охранное агентство "АмурПрофОхрана" присвоен ИНН 2801109885, КПП 280101001, ОГРН 1062801015441, ОКПО 78904079. Действует с 22.02.2006.

Размер уставного капитала 300 000 руб.

Агентство «АмурПрофОхрана», ООО зарегистрирована по адресу г. Благовещенск, Партизанская ул., 89/1, (Партизанская - Октябрьская).

Компания ЧОА "АмурПрофОхрана", ООО принимала участие в 45 торгах, из них выиграла 17. В судах организация выиграла 50 % процессов в качестве истца и 50 % в качестве ответчика, проиграла 50 % в качестве ответчика.

Почта: a-amur@ztkgroup.ru

Режим работы организации: ежедневно, без выходных.

Время работы с 9:00 до 18:00.

Перерыв на обед с 13:00 до 14:00.

Генеральный директор организации общество с ограниченной ответственностью «АмурПрофОхрана» И.Ю. Копылов.

Виды деятельности предприятия: охранные агентства, фирмы; торговля и установка охранных систем; покупка охранных сигнализаций, торговля охранными системами, продажа охранных сигнализаций.

В обязанности генерального директора ООО «АмурПрофОхрана» входит осуществление общего руководства и контроль за состоянием охраны труда и техники безопасности в организации, контроль за соблюдением законодательных и иных нормативных правовых актов в области техники безопасности, требований правил, норм и инструкций в данной области, контроль за выполнением должностных обязанностей и техники безопасности подчиненными. Делегирует своим заместителям функции работодателя и техники безопасности, пожарной безопасности в структурных подразделениях. Организует возмещение вреда, причиненного работникам увечьем, профзаболеванием либо иным нарушением здоровья, связанным с исполнением ими трудовых обязанностей в соответствии с законодательством Российской Федерации и локальными нормативными правовыми актами. Осуществляет общее руководство аттестацией рабочих мест по условиям труда с последующей сертификацией работ по охране труда и контроль за их проведением.

Организационная структура охранного предприятия ООО «АмурПрофОхрана» представлена на рисунке 7.



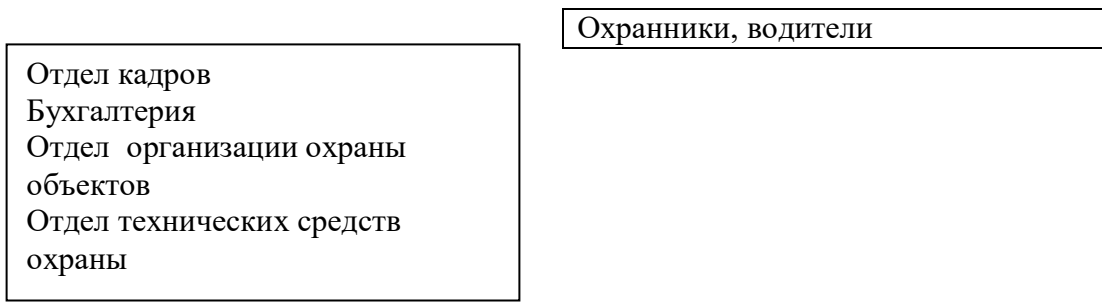


Рисунок 7 – Организационная структура управления ООО «АмурПрофОхрана»

Анализ обеспеченности предприятия торговли трудовыми ресурсами. Рациональное использование рабочих кадров является неременным условием, обеспечивающим бесперебойность производственного процесса и успешное выполнение производственных планов и хозяйственных процессов. Анализ труда и трудовых ресурсов следует начинать с изучения их структуры и укомплектованности предприятия необходимыми кадрами работников соответствующей специальности и квалификации. В бакалаврской работе проведен подробный анализ обеспеченности предприятия торговли трудовыми ресурсами.

Таблица 3 - Анализ численности работников торгового предприятия по категориям работников

Категории работников	Прошлый год		Отчетный год		Отклонение (+,-); по	
	Численность, чел.	Уд. вес, %	Численность, чел.	Уд. вес, %	Численности, чел.	Уд. весу, %
1 Административно-управленческий персонал, всего В том числе:	9	13,04	9	13,64	0	0,59
Директор	1	1,45	1	1,52	0	0,07
Заместитель директора	1	1,45	1	1,52	0	0,07
Бухгалтер - экономист	1	1,45	1	1,52	0	0,07
Отдел кадров	2	2,9	2	3,03	0	0,13

Отдел организации охраны объектов	2	2,9	2	3,03	0	0,13
Отдел технических средств охраны	2	2,9	2	3,03	0	0,13
2 Рабочие, всего В том числе:	60	86,96	57	86,36	0	-0,59
Начальники смен охраны	2	2,9	2	3,03	0	0,13
Зам. начальников смен охраны	2	2,9	2	3,03	0	0,13
Охранники, водители	55	79,71	52	78,79	3	-0,92
Уборщица	1	1,45	1	1,52	0	0,07
Всего работников:	69	100	66	100	3	0

Исходя из 3 таблицы фактическая численность работников в отчетном году снизилась на 3 человека. Снижение произошло в рабочем персонале, а именно в категории «охранники, водители».

Удельный вес административно – управленческого персонала повысился на 0,59 %

Численность рабочего персонала снизилась на 3 человека, и удельный вес рабочего персонала снизился на 0,59 %.

В административно-управленческом персонале изменений в численности нет.

Таблица 4 - Численность персонала и фонда заработной платы

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение, (+;-)			Темп роста, % 2017 г. к 2015 г.
				2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2105	
Среднесписочная численность, чел.	64	69	66	5	-3	2	103,13
Фонд заработной платы, тыс. руб.	1198	1270	1289	72	19	91	107,6
Средняя заработная плата в месяц, руб	18718	18405	19530	-313	1125	812	104,34

Из таблицы видно, что за анализируемый период в деятельности торгового предприятия произошли следующие изменения: среднесписочная численность в 2016 году увеличилась на 5 человек по сравнению с аналогичным периодом 2015 года; а в 2017 году снизилась на 3 человека по сравнению с 2016 годом.

Благоприятной тенденцией можно назвать увеличение фонда заработной платы с 1198 в 2015 г. до 1289 тыс. руб. в 2017 году, а также увеличения средней заработной платы на 812 рублей.

Таким образом, агентство «АмурПрофОхрана» обладает большим потенциалом, имеет отлаженную систему работы с клиентами, постоянно совершенствуя уровень сервиса.

Анализ товарооборота предприятия позволяет оценить достигнутые результаты, изучить развитие товарооборота по видам и формам, оценить правильность, реалистичность стратегии предприятия по развитию товарооборота, сравнить масштабы деятельности данного предприятия с конкурентами. Оценка достигнутых результатов – основа планирования объема реализации предприятия.

Таблица 5 –Товарооборот ООО «АмурПрофОхрана» по кварталам года

Квартал	2015 г.		2016 г.		2017 г.		Отклонение в сумме 2017 к 2015г(+,-)	Темп прироста, % 2017 к 2015гг
	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %		
1	2217	19,72	2983	23,72	2399	21,56	182	8,21
2	2621	23,32	3144	25	2732	24,56	111	4,24
3	3308	29,43	3605	28,66	3150	28,32	-158	-4,78
4	3094	27,53	2845	22,62	2844	25,56	-250	-8,08
Всего за год	11240	100	12577	100	11125	100	-115	-1,02

Данные таблицы 5 свидетельствуют о неритмичном развитии товарооборота предприятия по кварталам: наиболее напряженным был первый квартал, а наименее напряженным — четвертый. Самый низкий темп

прироста товарооборота достигнут в четвертом квартале (-8,08 %), а самый высокий — в первом квартале (8,21 %). Неритмичное развитие розничного товарооборота по кварталам привело к изменению удельного веса оборота каждого квартала в годовом объеме товарооборота. Так, снизился удельный вес оборотов третьего квартала на 1,11 % и четвертого квартала — на 1,97 % по сравнению с 2015 годом, потому что в этих кварталах темпы прироста оборота ниже, чем в целом за год (-1,02 %).

Доля оборота второго квартала возросла с 23,32 % в 2015 году до 24,56 % в 2017 году (темп прироста оборота в этом квартале 4,24 %), а доля оборота первого квартала составила в 2017 году 21,56 % и возросла по сравнению с 2015 годом на 1,84 % (темп роста товарооборота 8,21 %). Таким образом, товарооборот предприятия по кварталам года распределялся неравномерно и развивался неритмично.

## **2.2 Оценка внешних факторов**

По данным федеральной службы государственной статистики в России работают охранниками 1 миллион 132 тысячи человек. Более 400 тысяч людей этой профессии трудятся в государственных охранных структурах, свыше 700 тысяч – сотрудники частных охранных предприятий (ЧОП).<sup>17</sup>

По информации Торгово-промышленной палаты и Федерального координационного центра руководителей охранных структур, рынок охранных услуг в РФ составляет чуть меньше 250 миллиардов рублей в год. Эти деньги получают более чем 23 тысячи ЧОПов, большая часть из которых со штатной численностью до 20 человек. На охране у них находится 836 тысяч объектов.

Чем сложнее экономическая ситуация в стране, тем больше спрос на услуги компании. Предприниматели понимают, что в кризисный период, во

---

<sup>17</sup> Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru>;



избежание экономических потерь и морального разочарования, бизнесу нужна безопасность и качественная охрана.

Емкость рынка в 2016 году составила 207 миллиарда рублей в денежном выражении (официально зарегистрированных предприятий насчитывалось порядка 44000 организаций), а в 2017 году показатель увеличился на 17 % и составил 249 миллиарда рублей в денежном выражении (количество официально зарегистрированных предприятий достигло 47000 организаций).

Динамика развития рынка охранных услуг в Российской Федерации отражена на рисунке 8. Данные представлены в период с 2013 года по 2017 год в денежном и натуральном выражении.



Рисунок 8 - Динамика развития рынка охранных услуг в Российской Федерации

На рисунке 9 представлена диаграмма, отражающая распределение рынка охранных услуг по федеральным округам в процентах от общей емкости рынка охранных услуг в тысячах предприятий.

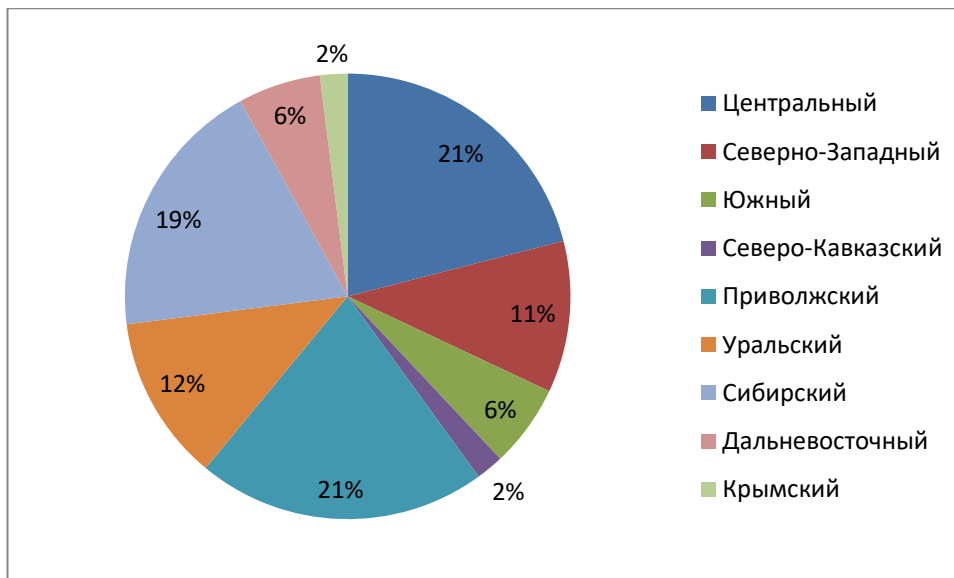


Рисунок 9 - Распределение рынка охранных услуг по федеральным округам в процентах от общей емкости рынка в количестве предприятий

Что касается города Благовещенска, то емкость рынка охранных услуг в 2017 году составила чуть более 400 миллионов рублей (в настоящее время в Благовещенске функционируют около 38 предприятий, специализирующихся на предоставлении охранных услуг). Доля рынка Благовещенска относительно Российской Федерации составляет приблизительно 0,16 % в денежном выражении и 0,081 % в натуральном выражении (количестве охранных предприятий).

На основе данных можно сделать вывод о том, что в целом в отрасли наблюдается рост. Это, связано с тем, что каждый год количество коммерческих предприятий увеличивается и соответственно возрастает потребность в услугах охранных организаций. Амурская область занимает 38 место по количеству зарегистрированных преступлений из 83, отсюда так же возникает потребность в охране имущества и физической охране.

Доля рынка — один из важнейших показателей эффективности деятельности компании, она характеризует положение компании на рынке относительно конкурентов. Количественный показатель доли рынка

определяется процентным соотношением показателей объема продаж, к общему объему продажи товаров той же категории на рынке.

Так как мы знаем, что объем рынка охранных услуг в г. Благовещенске составляет около 400 млн. рублей, мы можем рассчитать долю рынка своего предприятия и основных конкурентов.

Таблица 6 – Доля рынка охранных услуг в г. Благовещенск за 2017 год

Наименование организации	Адрес	Объем продаж, млн. руб.	Доля рынка, %
ООО «Охранное агентство Р.О.С.Безопасность»	г.Благовещенск, ул.Ленина, д.213	57,3	0,14
ООО ЧОО "Дозор"	г.Благовещенск, ул.Горького, д.154	34	0,085
ООО ЧОП "Кордон"	г.Благовещенск, ул.Ленина, д.113	32,1	0,08
ООО ЧОП "Ратибор"	г.Благовещенск, ул.Рабочая, д.161	28,5	0,07
ООО ЧОА "АмурПрофОхрана"	г.Благовещенск, ул.Пионерская, д.154, оф.308	11,1	0,03

Среди представленных конкурентов «АмурПрофОхрана» занимает последнее место и охватывает 0,03 % рынка. Из таблицы видно, что наибольшую долю рынка из конкурентов занимает охранное агентство «Р.О.С.Безопасность» с показателем 0,14 %. Предприятия «Ратибир», «Кордон» и «Дозор» занимают примерно одинаковые доли рынка, около 0,08 %.

Это означает, что агентство "АмурПрофОхрана" занимает последнее место на рынке охранных услуг относительно представленных конкурентов. Предприятию необходимо быстро повысить конкурентоспособность и свое положение на рынке.

PEST-анализ — простой и удобный метод для анализа макросреды (внешней среды) предприятия. Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей

при составлении SWOT анализа компании.

Таблица 7 – PEST - анализ

<p>– государственное регулирование в отрасли (получение лицензии на деятельность, изменение законодательства)</p> <p>– государственное регулирование конкуренции (монополистическая конкуренция)</p> <p>– ограничение доступа низкоквалифицированных рабочих (для того чтобы работать в фирме необходимо получить удостоверение частного охранника)</p>	<p>– инфляция (от неё зависит уровень заработной платы персонала, уровень дохода у предприятия)</p> <p>– повышение рыночных цен на услугу (фирма получает больший доход)</p> <p>– изменение покупательской способности потребителя (изменение спроса на данную услугу)</p> <p>– налогообложение (чем больше налогов, тем меньше прибыль)</p> <p>– кризис (сокращение работников, неблагоприятное положение с финансами)</p>
<p>Социально-культурные факторы</p> <p>– изменение в стиле и уровне жизни (люди начинают заботиться о своей безопасности)</p> <p>– влияние СМИ (информация доставляется потребителям, большая известность)</p> <p>– бренд и репутация</p>	<p>Технологические факторы</p> <p>– развитие технологий</p> <p>– НТП</p> <p>– отсутствие оборудования (если не привезут оборудование, то не с чем работать)</p>

Безусловно, все факторы важны для охранного предприятия. Правовой фактор регулирует сферу охранных услуг и во многом её ограничивает. В условиях политической и социально - экономической нестабильности рост преступности растет огромными скачками, особенно это связано со сферой бизнеса. Возможно, изменение правовой среды страны дало бы возможность предприятию расширить сферу своих услуг. Возможность получать новые технологические разработки для предприятия означает наличие способности оказывать наиболее высокий уровень услуг.

SWOT-анализ должен дать четкое представление о ситуации и указать, в каких направлениях нужно действовать, используя сильные стороны, чтобы максимизировать возможности и свести к минимуму угрозы и слабости.

Таблица 8 - SWOT-анализ предприятия.

	Положительные факторы	Негативные факторы
	Сильные стороны	Слабые стороны (внутренние)

	(внутренний потенциал) (S)	недостатки) (W)
1	2	3
Внутренняя среда	<ul style="list-style-type: none"> <li>– высокая компетентность персонала;</li> <li>– значительный опыт конкурентной борьбы;</li> <li>– опыт работы компании на рынке больше 10 лет;</li> <li>– большой процент постоянных клиентов;</li> <li>– регулярное повышение квалификации персонала;</li> <li>– высокое качество услуг;</li> <li>– широкий спектр оказываемых услуг.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– жесткая конкуренция на рынке охранных услуг;</li> <li>– плохая осведомленность потенциальных клиентов об услугах предприятия (слабое продвижение);</li> <li>– нехватка коммуникаций, отсутствие постоянного информирования работников о результатах их труда, недостаточная обратная связь;</li> <li>– нехватка полномочий у начальников служб, от которых предполагается быстрое реагирование.</li> </ul>
	Внешние возможности (O)	Имеющиеся угрозы (T)
Внешняя среда	<ul style="list-style-type: none"> <li>– расширение перечня услуг (перечень охранных услуг может быть очень обширен);</li> <li>– расширять штат охранников;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– падение доходов предприятия вследствие экономического кризиса,</li> <li>– неуклонный рост количества компаний-конкурентов,</li> </ul>

Продолжение таблицы 8

1	2	3
Внешняя среда	<ul style="list-style-type: none"> <li>– постепенно повышать цены с ростом уровня качества услуг;</li> <li>– искать партнеров для продвижения услуг;</li> <li>– рост числа клиентов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неблагоприятная экономическая ситуация в стране.</li> </ul>

Для ООО «АмурПрофОхрана» после проведенного анализа наиболее значимыми и вероятными оказались возможности расширения доли рынка, расширение ассортимента и увеличение штата сотрудников, что позволит брать под охрану все больше объектов.

Общее положение предприятия на рынке устойчивое, имеются хорошие перспективы роста прибыли.

После позиционирования угроз было выявлено, что:

- к критическому состоянию фирму могут привести либо выход в отрасль большого числа конкурентов и изменение требований потребителей;
- к разрушению компании или ее выходу из отрасли может привести ограничительная политика государственных органов.

На сегодняшний день в компании работает более 50 охранников. Агентство обеспечивает охрану различных объектов, а так же установку охранных систем, таких как: пультовая охрана любых объектов (офисов, магазинов, банков, складов, квартир, гаражей и т.д.), монтаж и обслуживание любой сложности систем сигнализации, контроль доступа, видеонаблюдение, тревожная кнопка.

Основными конкурентами предприятия являются: ООО «Частное охранное предприятие Амур-Охрана», ООО «Ермак», ООО «Росбезопасность», Частное охранное агентство «Витязь», ООО «Частное охранное агентство Бастион» и т. д.

### **2.3 Анализ эффективности деятельности предприятия**

Безусловно, чтобы происходило нормальное функционирование предприятия, необходимо наличие определенных средств и источников. Основные производственные фонды, состоящие из зданий, сооружений, машин, оборудования и других средств труда, которые участвуют в процессе производства, являются самой главной основой деятельности фирмы. В таблице 9 проведен анализ состояния и эффективности использования основных фондов и оборотных средств предприятия.

Таблица 9- Наличие, состав и структура основных средств «АмурПрофОхрана» на 2016 - 2017 год.

	2016 г.	2017 г.	Изменение (+,-)

Основные фонды (ОФ)	Тыс. руб.	Удельный вес, %	Тыс. руб.	Удельный вес, %	Тыс. руб.	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6	8
Основные средства:	729	99,05	939	98,84	+ 210	28,81
1 здания	504	68,48	504	53,05	0	0
2 транспортные средства	213	28,94	420	44,21	+ 207	97,18
3 Инвентарь и прочее ОПФ	12	1,63	15	1,58	+ 3	25
Прочие внеоборотные активы	7	0,95	11	1,16	+ 4	57,14
Всего	736	100,00	950	100,00	+214	-

Исходя, из результатов второй таблицы можно сделать следующие выводы. Основные средства занимают значительную долю внеоборотных активов – 99,05 % в 2016 году, 98,84 % в 2017 году.

Среди основных средств наибольшую долю в 2016 и 2017 году занимали здания – 68,48 % и 53,05 %.

Значительно увеличилась сумма транспортных средств в 2017 году – на 207 тыс. руб.

Доля инвентаря невелика, в 2016 году она составляла 1,63 %, в 2017 году сумма по инвентарю увеличилась на 3 тыс. руб., а темп прироста составил 25 %.

Данные для расчета и анализа эффективности использования ОФ предприятия «АмурПрофОхрана» будем брать из таблицы 10.

Таблица 10 - Характеристика показателей

Показатели (тыс. руб.)	За предыдущий год	За отчетный год	Изменение (+,-)
1 Товарооборот	12577	11125	-1452

2 Среднегодовая стоимость ОС	736	950	+214
3 Среднесписочная численность рабочих	69	66	-3

Таблица 11 – Анализ эффективности использования ОФ

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год	Относительное отклонение, (+;-)	Темп прироста, %
Фондоотдача	17,09	11,71	-5,38	68,52
Фондоемкость	0,06	0,09	0,03	150
Производительность труда	182,27	168,56	-13,71	92,48
Фондовооруженность	10,67	14,39	3,72	134,86

Как видно из расчетов фондоемкость возрастает, а фондоотдача падает, — производственные мощности используются нерационально, они недозагружены. Это означает, что следует как можно скорее приступить к поиску дополнительных резервов. Производительность труда за предыдущий год составила 628,85, за отчетный год 585,53. Уменьшение данного показателя свидетельствует о неэффективной работе предприятия. Наблюдаемое повышение фондовооруженности свидетельствует о улучшении обеспечения работников предприятия средствами производства, так как показатель фондовооруженности показывает, сколько на одного работающего приходится основных фондов.

Основные экономические показатели деятельности ООО «АмурПрофОхрана» представлены в таблице 12.

Таблица 12 - Анализ финансовых результатов ООО «Новофарм-Амур» за 2015 - 2017 гг.

Показатель	Абсолютные значения			Абсолютное отклонение			Темп роста, % 2017 к 2015гг (%)
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016	2017/2015	
1	2	3	4	5	6	7	8
Товарообо	11240	12577	11125	+1337	-1452	-115	98,98



рот, тыс. руб.							
Затраты, тыс. руб.	9400	11011	9721	+1611	-1290	+321	103,41
Валовая прибыль, тыс. руб.	1840	1566	1404	-274	-162	-436	76,30
Чистая прибыль, тыс. руб.	1269	1155	1056	-114	-99	-213	83,22
Средняя величина основных средств, тыс. руб.	720	736	950	+16	+214	+230	131,94
Средняя величина оборотных активов, тыс. руб.	616	698	677	+82	-21	61	109,90
Рентабельность продаж	16,37	12,45	12,62	- 3,92	0,17	-3,75	77,09
Рентабельность реализованных услуг	19,57	14,22	14,44	-5,35	0,22	-5,13	73,79
Норма прибыли	11,29	9,18	9,49	-2,11	0,31	-1,8	84,06

За рассматриваемый период в 2017 году выручка от реализации услуг агентства снизилась на 115 тыс. руб. или на 0,59 % по сравнению с 2015 г., а по сравнению с 2016 годом снизилась на 1452 тыс. руб.

Затраты в 2017 г. увеличились на 321 тыс. руб. (1,84 %) по сравнению с 2015 г., но в 2016 г. они составили -1290 тыс. руб.

Размер валовой прибыли в 2017 г. составил 1404 тыс. руб., по сравнению с 2015 г. она снизилась на 436 тыс. руб. (23,69 %), а по отношению к 2016 г. снизилась на 162 тыс. руб. Соответственно и чистая прибыль имела тенденцию к снижению. Так, в 2017 г. она снизилась на 213 тыс. руб. (16,78 %) по сравнению с 2015 г., и на 99 тыс. руб. по сравнению с 2016 годом.

Уменьшение рентабельности продаж свидетельствует о росте затрат на производство при постоянных ценах, так если в 2015 году рентабельность продаж составляла 16,37, то в 2017 году снизилась до значения 12,62.

Темпы роста затрат опережают темпы роста выручки это неблагоприятная тенденция и для исправления положения анализируют вопросы ассортиментной политики, систему контроля затрат.

В условиях рыночной экономики объем товарооборота остается одним из основных показателей деятельности предприятия, поэтому далее проведен анализ товарооборота, в котором рассмотрен по отдельности каждый вид деятельности предприятия.

Таблица 13 – Товарооборот предприятия ООО «АмурПрофОхрана»

Наименование деятельности	2015 г.		2016 г.		2017 г.		Отклонение в сумме 2017 к 2015г(+,-)	Темп прироста, % 2017 к 2015гг
	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %	сумма, тыс. руб.	удельный вес, %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Услуги охраны	6808	60,57	8276	65,8	8584	77,16	1776	126,09
Продажа и установка охранных систем	4432	39,43	4301	34,2	2541	22,84	-1891	57,33

Продолжение таблицы 13

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Всего за год	11240	100	12577	100	11125	100	-115	98,98

Из таблицы видно, что за весь рассматриваемый период наблюдается увеличение товарооборота по охранным услугам, темп прироста составил 126,09 %. А вот в продаже и установке охранных систем наблюдается снижение, с 2015 года товарооборот упал на 1891 тыс. руб. (57,33 %).

Для выявления причин снижения товарооборота в продажах охранных систем было проведено анкетирование (приложение А), в котором исследовалась удовлетворенность потенциальных потребителей.

Объектом является клиенты охранного агентства «АмурПрофОхрана». Предмет исследования – удовлетворенность покупателей. Сроки проведения опроса с 20 по 23 апреля 2018 года. Объем выборки 186 респондентов.

Первый вопрос был задан для того что бы привлечь внимание покупателей, считают ли они безопасность важным аспектом комфортной жизни, все респонденты ответили положительно.

Далее респондентам предлагалось ответить на вопрос, из каких источников они узнали об охранном агентстве «АмурПрофОхрана».



Рисунок 10 – Анализ источников

Как видно на рисунке 10 большинство респондентов (44 %) узнали о предприятии из интернета, 32 % опрошенных узнали о предприятии по рекомендации знакомого и 24 % ответили, что видели рекламу.

На вопрос, чем руководствовались респонденты при выборе охранного агентства, 44 % респондентов ответили, что руководствовались собственным опытом, 32 % положились на рекомендацию знакомого, и еще 24 % опрошенных убедила реклама.

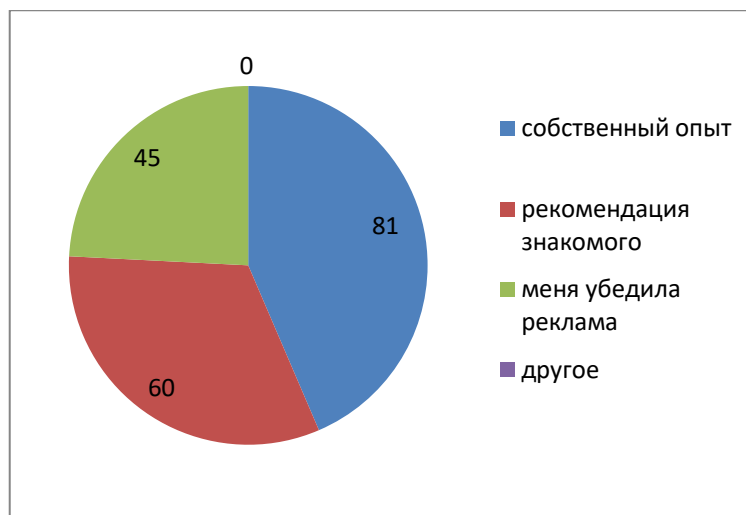


Рисунок 11 – Анализ причин выбора ООО «АмурПрофОхрана»



Рисунок 12 – Анализ степени удовлетворенности широтой ассортимента

Широтой ассортимента охранных систем как оказалось удовлетворено только 33 респондента, 80 ответили, что удовлетворены частично, и еще 70, что не удовлетворены широтой ассортимента.

Качество охранных систем большинство респондентов (39 %) оценили на 5 баллов, 38 % оценили качество на 4 балла, 18% поставили удовлетворительную оценку, и 5 % респондентов оценили качество охранных систем в 2 балла.

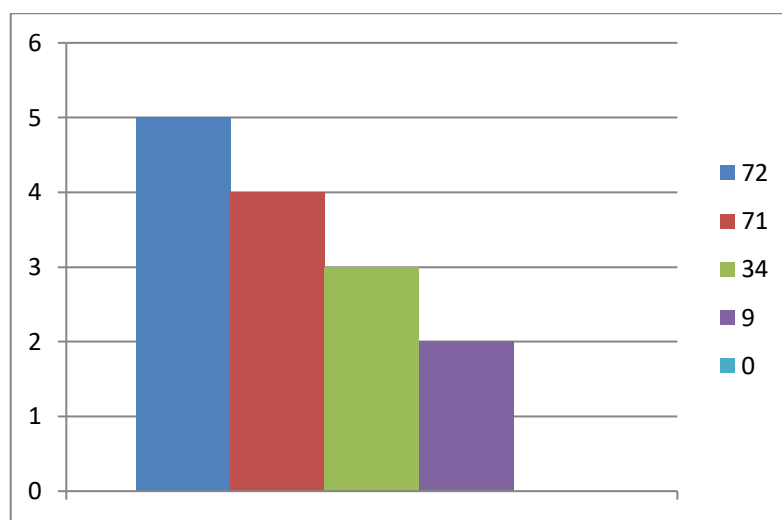


Рисунок 13 – Анализ оценки качества респондентами охранных систем

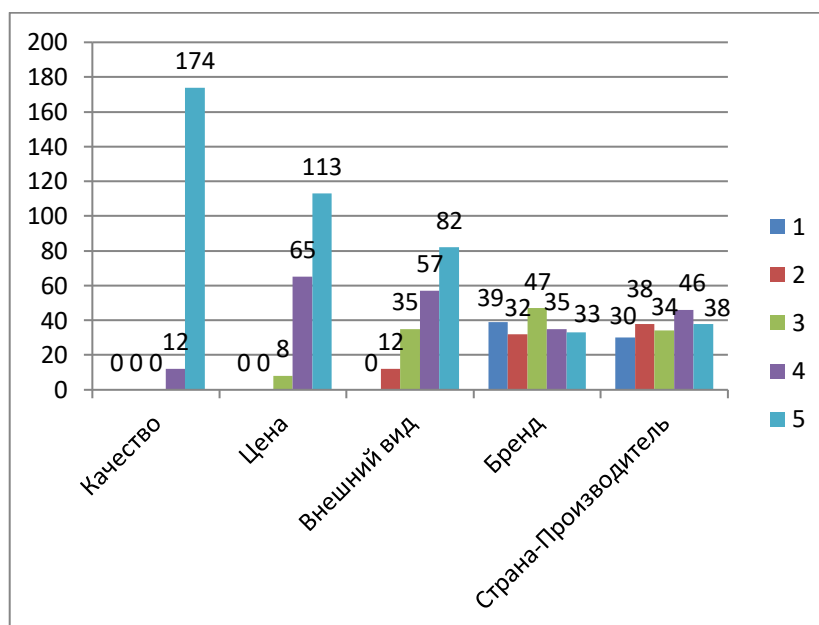


Рисунок 14 - Анализ факторов влияющих на выбор охранных систем

Из рисунка 14 видно, что респонденты на первое место поставили такой фактор, как качество, 94 % поставили 5 баллов, вторым по влиянию фактор - цена, 61 % респондентов так же поставили этому фактору 5 баллов.

Внешний вид респонденты поставили на третье место, 44 % опрошенных присвоили ему -5 баллов. На четвертом месте расположился такой фактор выбора, как бренд, большинство респондентов (25 %)

присвоили этому фактору 3 балла. Наименее важным для респондентов является страна-производитель, 2 и 5 баллов набрали по 20 % голосов.

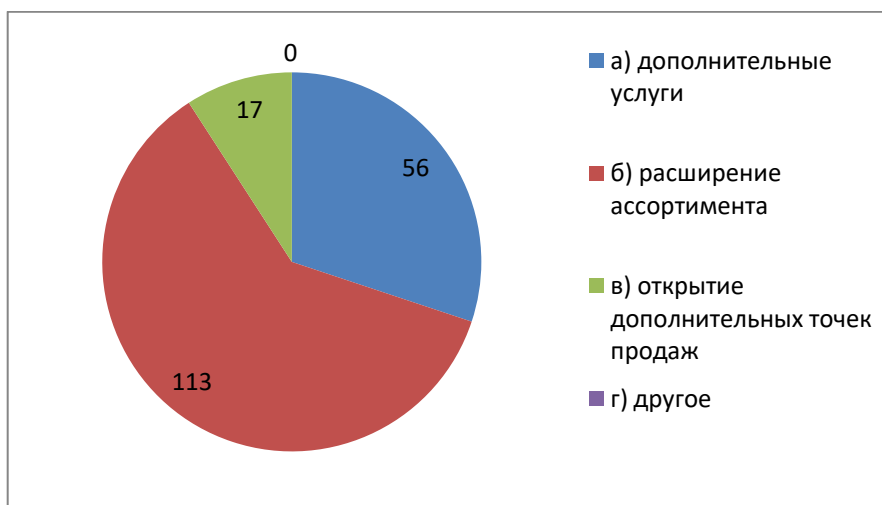


Рисунок 15 - Анализ предложений по улучшению агентства

61 % респондентов отметили, что расширение ассортимента помогло бы улучшить агентство, 30 % проголосовали за то, чтобы агентство расширило перечень услуг и 9 % проголосовали за открытие дополнительных точек продаж.

На вопрос рекомендовали бы нашу продукцию другим лицам 150 респондентов осветили положительно.

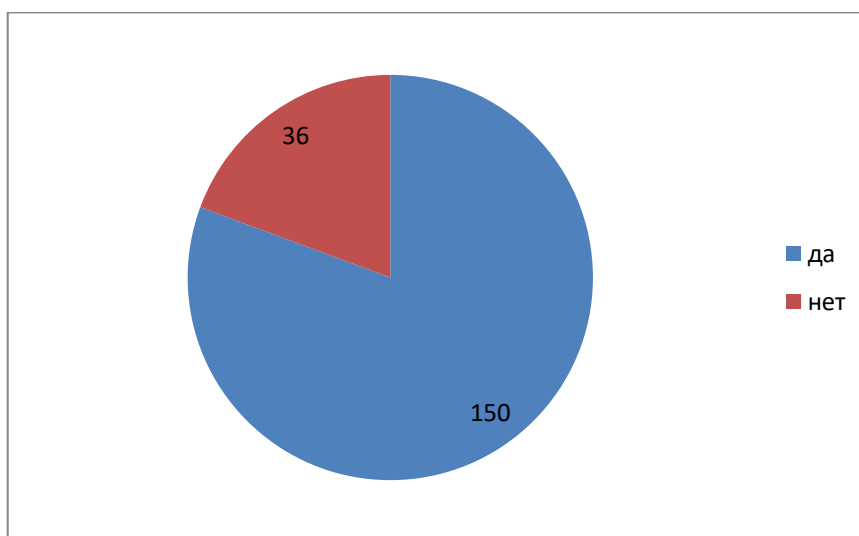


Рисунок 16 – Анализ лояльности потребителей

81 % респондентов ответили, что порекомендовали бы агентство «АмурПрофОхрана» другим лицам.

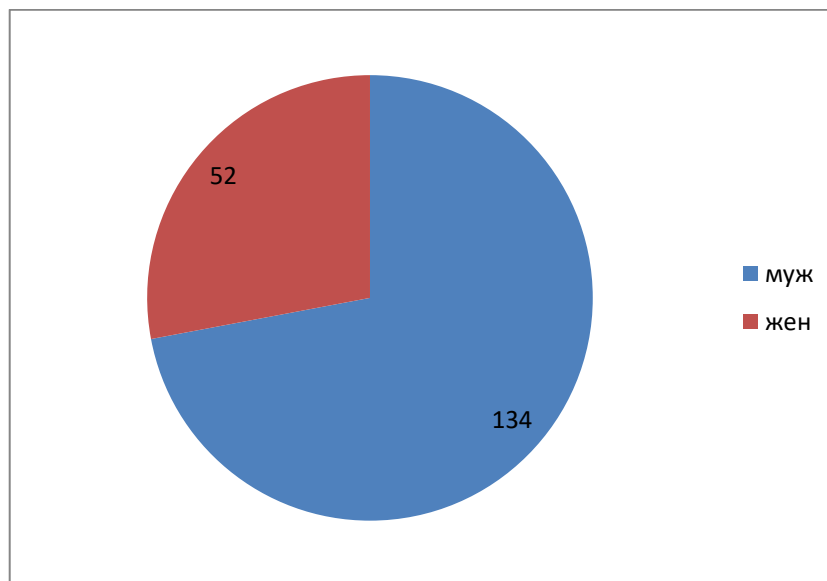


Рисунок 17– Данные об участии в опросе мужчин и женщин

В опросе приняло участие 72 % мужчин, и 28 % женщин.

Большинство респондентов (37 %) находятся в возрасте 35-45 лет, 25 % ответили, что их возраст на данный момент 45 -55 лет, 16 % сейчас в возрасте 25-35 лет.

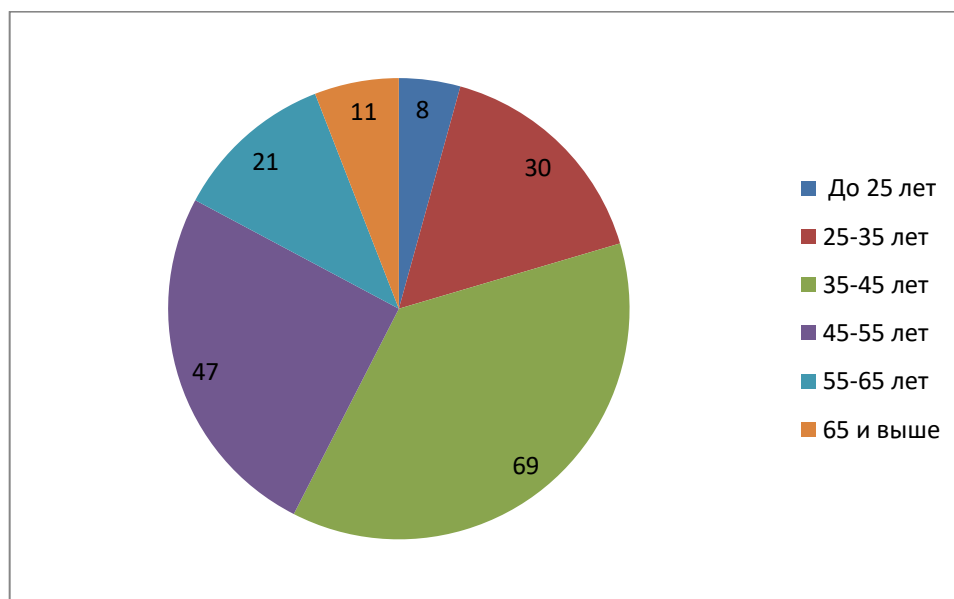


Рисунок 18 – Анализ возраста респондентов

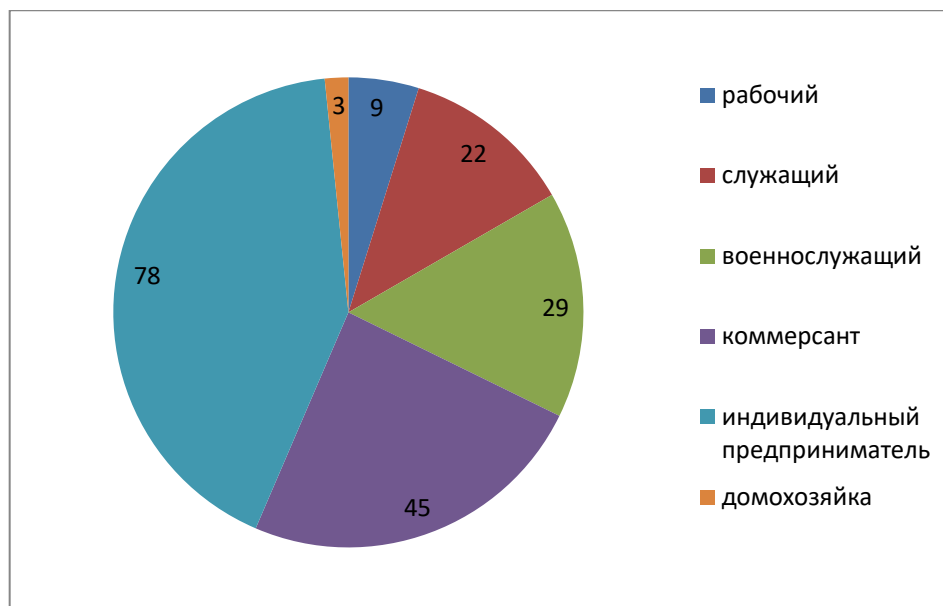


Рисунок 19 – Анализ социального статуса респондентов

42 % опрошенных являются индивидуальными предпринимателями, 24 % - коммерсанты, 16 % - военнослужащие, 12 % респондентов служащие, 5 % - рабочие и 2 % являются домохозяйками.

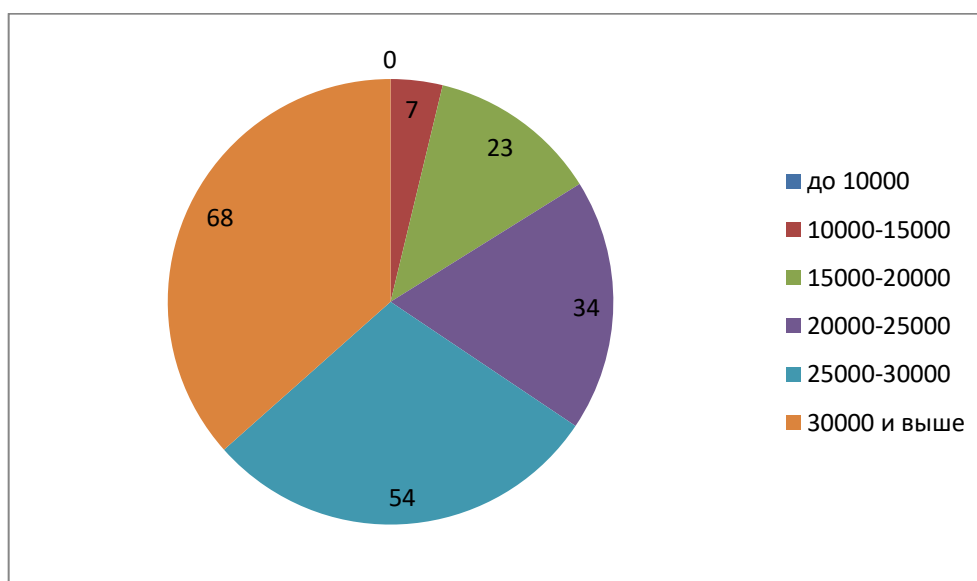


Рисунок 20 – Анализ уровня доходов респондентов

На рисунке 20 видно, что среди опрошенных преобладают респонденты с ежемесячным доходом на одного члена семьи от 30000 рублей и выше (47,6



%). Наименьшее количество опрошенных респондентов имеют доход до 10000 рублей (4 %).

Исследование показало, что клиенты не удовлетворены широтой ассортимента охранных систем, самыми важными факторами выбора охранных систем для потребителей являются качество и цена, именно на них они будут обращать внимание в первую очередь. Так же респонденты оценили качество имеющихся в ассортименте охранных систем, преимущественно на 4 и 5 баллов. Больше половины респондентов указали, что расширение ассортимента помогло бы компании стать лучше.

### 3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АМУРПРОФОХРАНА»

#### **3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности**

Анализ проведенных исследований удовлетворенности клиентов агентства ООО «АмурПрофОхрана», а так же макросреды и эффективности коммерческой деятельности предприятия, свидетельствуют о необходимости совершенствования ассортимента.

Исходя, из проведенных исследований были предложены пути и методы совершенствования коммерческой деятельности, ассортиментной политики.

Во-первых, нужно провести расширение ассортимента охранных систем. Для этого нужно вывести из ассортимента, группы товаров, которые приносят наименьший доход.

Выявить и предложить новые товарные группы потребителям приносящих наибольший доход в структуре товарооборота.

Далее так же агентству следует проводить мероприятия по стимулированию сбыта и активно участвовать в торгах.

Для того что бы определить нерентабельные или низко-рентабельные группы товаров, своевременно улучшить и оптимизировать ассортиментный портфель был проведен ABC-анализ по группам товаров.

Таблица 14 – ABC - анализ

Номер	Наименование группы товаров	Значение, тыс. руб.	Вклад %	Накопительный вклад %	Группа
1	Охранные сигнализации квартир	834,5	33%	33%	А
2	Пожарные сигнализации	767	30%	63%	А
3	Видеонаблюдение	532,5	21%	84%	В
4	Тревожная кнопка	287	11%	95%	В
5	Досмотровая техника	120	5%	100%	С
	Итого	2541	100%		

В самую важную группу А вошли охранные сигнализации квартир и пожарные сигнализации, они приносят максимальную прибыль. Компания будет нести большие потери при резком снижении эффективности данной группы ресурсов, а следовательно, за ресурсами группы А должны усилить контроль, товары должны четко прогнозироваться, часто мониториться. На данную группу ресурсов нужно выделить, лучшие ресурсы.

В группу В вошли такие группы товаров, как видеонаблюдение и тревожная кнопка, они обеспечивают хорошие стабильную выручку. Данные ресурсы также важны для компании, но могут модерироваться более спокойными и умеренными темпами.

В наименее важной группе С оказалась досмотровая техника (металлоискатели, металлодетекторы, досмотровые зеркала). Эти товары

группы С тянут компанию вниз, они оказались менее прибыльными. Так как они невостребованные последний год их приходилось продавать практически по цене себестоимости.

Ассортимент охранных систем очень высок поэтому ниже были предложены альтернативные варианты что бы заменить группу С, так же будут предложены дополнительные группы товаров которые на данный момент являются очень востребованными и которые возможно в будущем займут место в группе А и будут приносить ООО «АмурПрофОхрана» стабильный и высокий доход.

Предлагается заменить товарную группу С на спутниковую охранную систему для автомобиля. Эта группа поможет увеличить товарооборот. В нее будет входить автосигнализация, кнопка SOS, ДТП-датчик.

Также мы можем расширить свой ассортимент дополнительными охранными датчиками, например датчики протечки воды, датчик утечки газа, датчик дыма, датчик движения, датчик открытия двери и брелок. Стоимость таких комплектов оборудования. К ним можно предложить за отдельную плату пульт контроля и управления, которым можно будет управлять работой всех датчиков

Так же можно ввести такую услугу как SMS-оповещение о постановке на охрану и снятии с охраны.

Так как нынешние поставщики не осуществляют поставку предложенных групп товаров, ниже будут рекомендованы новые поставщики с широким ассортиментом и более выгодным условиям сотрудничества.

Предлагаем рассмотреть ООО «ТД ЛиС»: онациональный дистрибьютор; прайс содержит более пяти тысяч товаров; специализируется на поставках оборудования и материалов для монтажа систем безопасности, систем пожарной сигнализации, видеонаблюдения, контроля и управления доступом; средний, высокий уровень цен.

Далее необходимо обратить внимание на «ТД АКТИВ-СБ»: прайс

более 4-4,5 тыс. позиций; прямые контракты с российскими, восточно-европейскими и западными заводами; специализируется на рынке систем безопасности, основным направлением деятельности являются оптовые и розничные поставки технического оборудования. Широкий ассортимент, качественная продукция; бесплатная доставка в регионы; ценовой уровень, ориентированный на разные категории потребителей.

ООО «TELTOS»: прайс 5-6 тыс. позиций; специализируется на инновационной технике различных направлений; умеренный, низкий уровень цен.

Установление тесных основных контактов с вышеперечисленными поставщиками позволит ООО «АмурПрофОхрана» заключить дополнительные договоры на предоставление скидок как постоянному оптовому покупателю, и позволит сократить сумму переплаты из-за отсутствия единой политики закупок от 1 до 3 %, то есть экономия составит около 50 тыс. руб.

Для хранения товара предлагается воспользоваться услугами компании "Транс-Лидер". Стоимость 18 руб. в сутки паллетоместо. Погрузо-разгрузочные работы оплачиваются отдельно. Гарантия сохранности 100 %. Профессиональная обработка вверенного груза. Аренда склада будет обходиться в месяц 8000 рублей.

Так же рекомендуется в комнате перед офисом организовать предпродажную зону.

Так как на рынке представлено слишком много однотипной продукции конкурирующей с продукцией предприятия, нужно проводить мероприятия по стимулированию сбыта.

Первое мероприятие это ценовое стимулирование. Его следует провести для того чтобы избавиться от товарных остатков, плохо оборачиваемых товаров, а в данном случае от остатков товарной группы

«досмотровая техника». На входе можно наклеить табличку, указывающую на размер ценовой скидки, например 10, 30, 50 % и т.д.

Анализ исследования показал, что большинство людей, узнали об агентстве «АмурПрофОхрана» в интернете. Поэтому следующим шагом будет размещение рекламы на сайтах и в социальных сетях:

- Инстаграм -1000руб.;
- ВКонтакте – 1000руб.;
- Амур.инфо – 8150руб.(неделя).

### **3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий**

Исходя из плана предложенных мероприятий, затраты на реализацию приведены в таблице 15.

Таблица 15 - Затраты на проведение мероприятий

Мероприятия	Затраты, руб.
Реклама	10150
Аренда склада / мес.	8000
Закупка автосигнализаций, 200 ед.	350000
Закупка охранных датчиков	120000
Стеллажи , 2 шт	20000
Итого	508150

Затраты на проведение всех мероприятий составят 508.15 тыс. руб.

На сэкономленную сумму, 50000 рублей, планируется провести следующие мероприятия: реклама, аренда склада на месяц, и приобретение стеллажей. На закупку автосигнализаций и охранных датчиков будет оформлен кредит на сумму 470000 рублей. Сбербанк предоставляет кредиты юридическим лицам до 200000тыс. руб. со ставкой от 14,52 %. Кредит планируется выплачивать в течение двух лет.

Таблица 16 – Расчет выплат по кредиту

Платежи	Сумма, руб
Ежемесячный платеж	22 682
Переплата по кредиту	74 454

Все последние три года прибыль компании по продажам охранных систем падала, но благодаря расширению ассортимента, принятию мер по стимулированию сбыта и обновлению поставщиков прибыль не только перестанет снижаться, но и возрастет, проведем экономическую эффективность предложенных мер.

Агентство за год закупает товара в среднем на 2000 тыс. руб., за год прибыль предприятия составляет около 450 тыс. руб., из-за несовершенства закупочной деятельности компания теряет около 50 тыс. руб. в месяц.

Таким образом, установление тесных основных контактов с вышеперечисленными поставщиками позволит ООО «АмурПрофОхрана» заключить дополнительные договоры на предоставление скидок как постоянному оптовому покупателю, и позволит не терять данную сумму.

Проведем анализ экономической эффективности предложенного мероприятия.

Экономический эффект от внедрения мероприятий - это разница между планируемым приростом выручки, полученной от дополнительного товарооборота, вызванного предлагаемыми мероприятиями, и расходами на эти мероприятия (формула 4):

$$\text{Э} = (\text{Пв} - \text{Зр}) - \text{Врп} ; \quad (4)$$

где Э - экономический эффект от внедрения мероприятия, руб.;

Пв - планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб.;

Зр - затраты на реализацию мероприятий, руб.; Врп - выручка от реализации за последний период, руб.

Планируемый показатель выручки от реализации после реализации

мероприятий и только под их влиянием (формула 5):

$$Пв = (Врп + (Врп \times (Прв / 100))); \quad (5)$$

где Пв - планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб.;

Врп - выручка от реализации за последний период, руб.;

Прв - планируемый прирост выручки от реализации вследствие реализации предложенной программы, %.

Эффективность затрат может быть определена с помощью показателя рентабельности предлагаемых мероприятий(формула 6):

$$P = (\mathcal{E} / Зр) \times 100\% ; \quad (6)$$

где Э - экономический эффект от внедрения мероприятий, руб.;

Пв - планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб.;

Зр - затраты на реализацию мероприятий, руб.

Подсчитаем, срок окупаемости предложенных мероприятий за счет вызванного ими прироста выручки от реализации продукции(формула 7):

$$B = Зр / \mathcal{E}; \quad (7)$$

где В - время окупаемости затрат за счет вызванного ими прироста выручки, годы;

Зр - затраты на реализацию мероприятий, руб.;

Э - экономический эффект от внедрения мероприятий, руб.

Рассчитаем планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием.

Таблица 17 – расчет эффективности мероприятий

Показатель	Расчет	Сумма, тыс. руб.
Пв	$(2541+(2541 \times (45/100)))$	3684,45
Э	$(3684,45-508,15) - 2541$	635,3
Р	$(635,3/508,15) \times 100\%$	125,02
В	$508,15/635,3$	0,8

По результатам таблицы можно сделать вывод, что экономический эффект от предлагаемых мероприятий положительный, так как затраты на мероприятия на 508,15 тыс. руб. увеличили выручку на 635,3 тыс. руб.

Затраты на мероприятия окупятся в течении года.

Проведем прогноз на 2018 год с помощью метода скользящего среднего. При использовании этого метода прогноз любого периода представляет собой не что иное, как получение среднего показателя нескольких результатов наблюдений временного ряда.

Формула скользящего среднего (формула 8):

$$F_{i+1} = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N (A_{i-j+1}) ; \quad (8)$$

где  $A_j$  – фактическое значение в момент времени  $j$ ;

$F_j$  – прогнозируемое значение в момент времени  $j$ ;

$N$  – число предшествующих периодов, входящих в скользящее среднее.

Таблица 18 – Прогноз на 2018 г. с помощью скользящего среднего

Показатели	2015	2016	2017	Прогноз на 2018
Рентабельность продаж	16,37	12,45	12,62	13,81
Рентабельность реализованных услуг	19,57	14,22	14,44	16,08
Фондовооруженность	-	10,67	14,39	12,53
Фондоотдача	-	17,09	11,71	14,4
Фондоемкость	-	0,06	0,9	0,1

Из результатов таблицы видно, что рентабельность продаж увеличится



за год на 1,19 %, а это свидетельствует о снижении затрат. Так же мы наблюдаем увеличение рентабельности реализованных услуг, а следовательно возрастет и выручка. Фондоотдача возрастет, а фондоемкость снизилась на прежнем уровне, это значит, что основные средства организации используются эффективно, что тоже положительно влияет на финансовое состояние предприятия.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерция представляет собой форму бизнеса, проявляющуюся в создании и функционировании предприятий, деятельность которых направлена на получение прибыли в результате купли-продажи товаров.

Главная цель оценки эффективности деятельности компании — выявление возможностей развития предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности, который проводится с использованием показателей, способных отразить

состояние и перспективы развития коммерческой организации.

Объем рынка охранных услуг в России за 2017 год вырос на 42 млрд. руб. Для Благовещенска характерно развитие коммерческого сектора, в котором зарегистрировано 38 охранных предприятий, их удельный вес от общего количества составляет приблизительно 0,16% в денежном выражении.

Проанализировав основные показатели деятельности агентства «АмурПрофОхрана», было выявлено, товарооборот в 2017 году относительно прошлого года снизился на 1452 тыс. руб., но так же и снизились затраты на 1290 тыс. руб. С 2015 по 2017 год наблюдается увеличение товарооборота по охранным услугам, темп прироста составил 126,09 %. И снижение продаж и установки охранных систем на 1891 тыс. руб. (57,33 %).

Анализ состояния и эффективности использования основных фондов и оборотных средств показал, что фондоемкость возрастает, а фондоотдача падает, т.е. производственные мощности используются нерационально, они недозагружены.

Исследование удовлетворенности клиентов показало, что клиенты не удовлетворены широтой ассортимента охранных систем, и больше половины респондентов указали, что расширение ассортимента помогло бы компании стать лучше.

В ходе анализа коммерческой деятельности ООО «АмурПрофОхрана» был выявлена главная проблема: падение прибыли, из-за неудовлетворенности покупателей широтой ассортимента. В связи с этим был проведен ABC-анализ, который показал, что группа товаров «досмотровая техника» является менее прибыльно. Поэтому были предложены следующие меры по совершенствованию коммерческой деятельности: расширить ассортимент охранных систем, выявить и предложить новые товарные группы потребителям приносящих наибольший доход в структуре товарооборота, проводить мероприятия по

стимулированию сбыта и активно участвовать в торгах, так же предприятию были предложены новые поставщики с более широким ассортиментом охранных систем.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А. Н. Асаул. - СПб.: Питер. - 2013. – 253 с.

2 Афоничкин, А. И. Финансовый менеджмент. Финансовая политика предприятия учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И.

Афоничкин.— М.: Издательство Юрайт 2017 — 297 с.

3 Байтенизова, Г. К. ABC и XYZ-анализ как подготовительные этапы к сопоставлению прогноза продаж / Г. К. Байтенизова //

4 Балабановой, Л. В. Коммерческая деятельность: маркетинг и логистика / Под ред. Л. В. Балабановой. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 231 с.

5 Баканов, М. И. Нормы производительности предприятия /Аудиторские ведомости. — 2016. — № 5. — 58–63 с.

6 Бланк, И. А. Торговый менеджмент. – 2-е изд., перераб. и доп. / И. А. Бланк.- К.: Эльга, Ника-Центр, 2014. – 784 с.

7 Валигурский, Д. И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д. И. Валигурский. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2014. – 519 с.

8 Вертакова, Ю. В. Исследование социально-экономического и политического процессов : учебное пособие/ Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева – М.: КиоРус, 2009, 101 с.

9 Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова – М.: Финансы и статистика, 2016. – 180 с.

10 Дианова, С. Н. Система управления коммерческой деятельностью предприятий торговли / Сфера услуг: инновации и качество // С. Н. Дианова, Ю. Г. Авагян. –Краснодар: КФ РГТЭУ, 2012. – № 6. – 133 с.

11 Илюшина, О. С., Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый / О. С. Илюшина, Ю. К. Стуколова. — 2017. — №19. — 232 с.

12 Калиева, О. М., Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности / Инновационная экономика// О. М. Калиева, М. С. Разумова, М. И. Дергунова, М. С. Говорова. - Казань: Бук, 2014. — 166 с.

13 Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. Г.

Буданова. — М. : Вузовский учебник, 2010. — 187 с.

14 Клавсуц, И. Л. Стратегический менеджмент: учебник / И.Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. М. Цомаева. – Новосибирск: изд-во НГТУ, 2014. – 188 с.

15 Кожова, А. А., Предложения по совершенствованию управления коммерческой деятельностью торговой организации / Актуальные проблемы авиации и космонавтики// А. А. Кожова, , А. В. Цветных. – 2012. – № 8 (том 2). – 389 с.

16 Кондраков, И. В. Совершенствование коммерческой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предпринимательских структур / Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – № 5. – 108 с.

17 Кондраков, Н. П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н. П. Кондраков, И. Н. Кондраков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 446 с.

18 Кортосов, А.С. Преимущества и недостатки ABC- анализа/ А.С. Кортосов //Наука сегодня сборник научных трудов по материалам VII международной научно-практической конференции. – 2015. – 59-61с.

19 Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): Учебник / Н.Ю. Круглова. - М.: КноРус, 2013. - 440 с.

20 Кузнецов, И. Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2016. - 492 с.

21 Ламбен, Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: учебное пособие / Ж. Ж. Ламбен, пер. с французского СПб. : Наука, 1996. - 589 с.

22 Лудченко, А. А. Основы научных исследований: Учеб. пособие, / А. А. Лудченко , Я. А. Лудченко, Т. А. Примак. 2-е изд.,— К.: О-во «Знания», 2001. – 113с.

23 Матвеев, М. С. Предпринимательская деятельность: сущность,

формы и современные тенденции / М. С. Матвеев. - М.: Лаборатория книги, 2011. – 147 с.

24 Мачерет, Д. А. Коммерческая деятельность: учебник / Д. А. Мачерет [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2016. — 380 с.

25 Минько, Э. В. Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия: учебное пособие / Э. В. Минько, А. Э. Минько. - М. :Финансы и статистика, 2010. - 608 с.

26 Накарякова, В. И. Основы логистики: учеб. пособие / В. И. Накарякова. — Саратов: Издательство «Вузов-ское образование», 2016. — 267 с .

27 Никулина, Н. Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: Учебное пособие / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Эриашвили . - М.: ЮНИТИ, 2012. - 319 с.

28 Новиков, А. М., Методология научного исследования : учебное пособие / А.М. Новиков – М.: Либроком, 2009. – 280 с.

29 Новикова, Н. Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: учеб. пособие / Н. Г. Новикова. – Иркутск : изд-во БГУЭП, 2012. – 177 с.

30 Овчаров, А. О. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие / А. О. Овчаров, А. Н. Овчарова – М.: Директ – Медиа, 2013. - 260 с.

31 Орехов, А.М. Методы экономических исследований: учебное пособие / А. М. Орехов – М.: ИНФРА – М, 2009. - 392 с.

32 Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия: учебное пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко. — Минск: Высшая школа, 2014. — 256 с.

33 Покалюк, Н.И. Управление ассортиментом продукции на основе

ABC-XYZ анализа / Н.И. Покалюк //Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. –2015. – № 7. – 360 - 364 с.

34 Родин В. Г. Основы маркетинга: учебник / В. Г. Родин. – М, 2015. – 244 с.

35 Савицкая, Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 371 с.

36 Сеница, Л. М. Организация производства: учебное пособие. – 3-е изд. / Л. М. Сеница. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2006. – 521 с.

37 Синяева, И. М. Коммерческая деятельность учебник и практикум для прикладного бакалавриата // И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М Издательство Юрайт. – 2017 — 404 с.

38 Смирнов, М. О. Коммерция: теоретические аспекты и проблемы развития в России / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – 383 с.

39 Смирнова, Г. Н. Проектирование экономических информационных систем / Г. Н. Смирнова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 172 с

40 Соколова, А. Н. Электронная коммерция: мировой и российский опыт / А. Н. Соколова, Н. И. Геращенко. – М.: Открытые системы, 2014. – 318 с.

41 Томилова, Н. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления / Наука вчера, сегодня, завтра // Н. А. Томилова, А. И. Карпович. – Новосибирск: СибАК, 2016. - № 9(31). 133-139 с.

42 Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для бакалавров / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. - М.: Юрайт, 2013. - 672 с.

43 Турманидзе, Т. У. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Т. У. Турманидзе. - М.: ФиС, 2014. - 224 с.

44 Федорова, М. А. Коммерческая деятельность торгового

предприятия: сущность и основные направления // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 10 (Том 9). –109 с.

45 Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: Учебник и практикум / Е. Ф. Чеберко. - Люберцы: Юрайт. - 2016. - 420 с.

46 Чернышева, А.М. Управление продуктом учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова — М. Издательство Юрайт. – 2016 — 373 с.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

*Уважаемые дамы и господа!*



*Прошу Вас принять участие в анкетировании, которое проводится с целью изучения предпочтений клиентов агентства «АмурПрофОхрана».*

*Анкетирование проводится студенткой 4 курса Амурского Государственного Университета. Из предложенных вариантов ответа на вопрос выделите один или несколько, либо впишите свой вариант ответа. Анкета анонимна, результаты будут использованы в обобщенном виде.*

1 Считаете ли Вы безопасность важным аспектом комфортной жизни?

- а) да
- б) нет

2 Из каких источников Вы узнали о нашем охранном агентстве?

- а) реклама
- б) интернет
- в) рекомендация знакомого
- г) из других источников (уточните, пожалуйста):

\_\_\_\_\_

3 Чем Вы руководствовались при выборе нашего охранного агентства?

- а) собственный опыт
- б) рекомендация знакомого
- в) меня убедила реклама
- г) другое (уточните, пожалуйста):

\_\_\_\_\_

4 В какой степени Вы удовлетворены широтой ассортимента охранных систем?

- а) полностью удовлетворен
- б) удовлетворен частично
- в) не удовлетворен

5 Пожалуйста, оцените качество охранных систем по шкале от 1 до 5.

1	2	3	4	5

6 Оцените, пожалуйста, приведенные аспекты в отношении к выбору охранных систем по важности.

	1	2	3	4	5
Качество					
Цена					
Внешний вид					
Бренд					
Страна-Производитель					

7 Какие изменения помогли бы максимально улучшить наше агентство?

- а)
- б) расширение ассортимента
- в)
- г) другое (уточните, пожалуйста):

---

8 Вы бы рекомендовали наш "продукт" другим лицам?

- а) да
- б) нет

9 Ваш пол.

- а) женский
- б) мужской

10 Укажите Ваш возраст.

- а) До 25 лет
- б) 25-35 лет
- в) 35-45 лет
- г) 45-55 лет
- д) 55-65 лет
- е) 65 и выше

11 Ваш социальный статус.

- а) рабочий
- б) служащий

- в) военнослужащий
- г) коммерсант
- д) частный предприниматель
- е) домохозяйка

12 Ваш уровень дохода на одного члена семьи.

- а) до 10000
- б) 10000-15000
- в) 15000-20000
- г) 20000-25000
- д) 25000-30000
- е) 30000 и выше

**Спасибо за участие в опросе!**