

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

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ**  
**Кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»**

Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия  
розничной торговли

**Выпускная квалификационная работа**

**студентки очной формы обучения**  
**направления подготовки 38.03.06 Торговое дело**  
**профиль «Коммерция»**  
**4 курса группы 06001218**  
**Рыбинцевой Елены Сергеевны**

Научный руководитель:  
доц. Кулигина С.В.

**БЕЛГОРОД 2016**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1 Теоретические основы коммерческой деятельности б предприятия розничной торговли	
1.1 Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия б розничной торговли	
1.2 Методики анализа и оценки эффективности коммерческой работы 16 предприятий розничной торговли	
Глава 2. Анализ коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»	24
2.1. Организационно - экономическая характеристика ООО «АльфаРесурс»	24
2.2. Оценка показателей эффективности коммерческой деятельности 30 ООО «АльфаРесурс»	
2.3. Оценка финансового состояния ООО «АльфаРесурс»	35
Глава 3. Рекомендацию по повышению эффективности коммерческой 48 деятельности ООО «АльфаРесурс»	
3.1. Мероприятия по снижению дебиторской и кредиторской задолженности ООО «АльфаРесурс»	48
3.2 Рекомендации по созданию собственного Интернет-сайта	56
Заключение	66
Список использованных источников	69
Список использованных приложений	73
Приложения	

## Введение

Коммерческая деятельность предприятия представляет совокупность действий организации по продвижению товара от производителя до потребителя, и оказанию услуг населению.

Главная цель коммерческой деятельности организации это получение прибыли посредством удовлетворения спроса покупателей при высоком уровне торгового обслуживания. Выполнение данной цели требует своевременного реагирования на происходящие на рынке изменения. Необходимо такое осуществление продажи товаров, чтобы каждая торговая операция обеспечивала самый высокий уровень рентабельности, торговый риск стремился к минимуму, укреплялось положение предприятия на рынке товаров и услуг. Устойчивое финансовое состояние предприятия обеспечивает эффективная коммерческая деятельность, его платежеспособность и конкурентоспособность. Для того чтобы коммерческая деятельность являлась эффективной, предприятия должны уметь выявлять все недостатки торгово-технологического и организационного процесса и своевременно их устранять.

Организация играет первостепенную роль в осуществлении торговой деятельности. Организация - совокупность действий и процессов, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого. На этой основе строится организация коммерческой деятельности предприятия, которой свойственны определенные закономерности функционирования и взаимодействия составных элементов.

Актуальность темы данной работы обусловлена тем, что организация коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия фирмы и потребителя как субъектов экономических отношений.

Целью настоящей работы является анализ коммерческой деятельности розничного торгового предприятия ООО «АльфаРесурс» и разработка мероприятий по ее совершенствованию. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

Задачами работы являются:

- 1) рассмотрение понятия, сущности и содержания коммерческой деятельности розничных предприятий;
- 2) провести анализ и оценку эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»;
- 3) разработать пути совершенствования эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс».

Теоретической основой дипломной работы послужили научные труды отечественных и зарубежных экономистов, таких как – Бувальцева О.В., Калиева О.М., Канке А.А., Орлов С.Л., Райзберг Б.А. и другие. Так же для написания дипломной работы использовались данные бухгалтерского учета за 2013 – 2015 гг., учредительные документы организации и нормативно-правовые акты.

Методологическими основами написания выпускной квалификационной работы стали системный подход, при котором организация рассматривается как сложная система, действующая в среде открытых систем и состоящая в свою очередь из взаимосвязанных подсистем; комплексный анализ всех подсистем и составляющих ее элементов; сравнительный и логический анализ; принцип учета специфики.

Объектом исследования работы является Общество с ограниченной ответственностью «АльфаРесурс».

Предметом исследования является анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности розничного предприятия.

Работа состоит из трёх глав:

-Первая глава характеризует теоретические аспекты коммерческой деятельности, нормативно правовое регулирование и методы оценки и анализа эффективности коммерческой деятельности;

-Во второй главе приводится оценка эффективности коммерческой деятельности, оценка рентабельности и платежеспособности организации;

-Третья глава содержит рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности и оценка эффективности предложенных мероприятий.

В заключение работы отображены суммарные выводы по главам, рекомендации по внедрению предложенных путей совершенствования торговой деятельности предприятия.

Раздел приложения содержит бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытка за 2013 – 2015 гг. и устав предприятия.

# **Глава 1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятия розничной торговли**

## **1.1. Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия розничной торговли**

Коммерческая деятельность является частью предпринимательской деятельности на рынке товаров и услуг, которая осуществляется самостоятельно на свой страх и риск, под имущественную ответственность и направленную на получение прибыли [9, с.1].

Работа розничной коммерческой организации связана преимущественно с продажей товаров конечному покупателю, что является конечной стадией ее движения из сферы производства. В качестве предмета розничной торговли рассматривается не только продажа продукции, но и торговое обслуживание, также как и оказание дополнительных услуг клиентам. Для покупателей имидж предприятия определяется торговым обслуживанием, при минимальных затратах по времени на совершение покупки и удобство в целом.

Функции розничной торговли ориентируются на ее сущность и определяются как:

- 1.удовлетворение потребностей населения в товарах;
- 2.доведение товаров от производителя до мест продажи потребителям;
- 3.балансирование между предложением и спросом;
- 4.влияние на производственный процесс, с целью расширения ассортимента и повышение объёма товарооборота;
- 5.внедрение инноваций в процесс торговли и совершенствование системы обслуживания потребителей.

Рассматриваются следующие виды реализации продукции в зависимости от ее предназначения:

- интенсивная (реализация товаров повседневного спроса);

-нацеленная (осуществление продажи товаров конкретной группе покупателей);

-единая (реализация товаров, главным образом, для всех покупателей, с применением широкого спектра рекламных мер);

-прямая (продажа сырьевых материалов для производства);

-селективная (реализация престижных товаров, с применением специального сервисного обслуживания покупателей).

В коммерческую деятельность в торговле входит:

1.изучение покупательского спроса;

2.поиск поставщиков товаров и налаживание с ними долгосрочных хозяйственных отношений;

3.организацию оптовой продажи товаров;

4.организацию розничной продажи товаров;

5.формирование ассортимента и эффективное управление товарными запасами;

6.проведение рекламных кампаний;

7.оказание торговых услуг [6, с.17].

Торговая деятельность коммерческого предприятия представляет собой выполнение комплекса торгово-технологических операций и управление ими. Коммерческие операции на товарном рынке обслуживают процесс купли-продажи. Для реализации обмена, важно проделать определенные действия в строгой последовательности, обеспечивающие организационные, социальные и правовые аспекты процесса, которые носят коммерческий характер: изучить рынок и определить потребность в товарах, найти поставщиков, покупателей, заключить договор, обеспечить его выполнение и т.д. Через коммерческую деятельность устанавливаются связи изготовителей товаров с их потребителями и осуществляется управление обменом. Операции, осуществляемые в процессе этой деятельности, носят коммерческий характер и оказывают влияние на конечные результаты работы торговых организаций.

Коммерческая деятельность непосредственно реализуется организациями, предприятиями, юридическими, а также физическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обеспечивает операции обмена между хозяйствующими субъектами на рынке товаров и услуг. Она осуществляется в соответствии с законодательством, правовыми и нормативными актами. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг представляет собой совокупность организационно-хозяйственных операций, обслуживающих обмен, совершение акта купли-продажи с целью получения прибыли.

Элементы коммерческой деятельности в совокупности обладают интегративными свойствами. Так, при закупочной деятельности, выступающей в роли подсистемы, совершаются: выбор поставщика, коммерческая сделка, заключение контракта, товарно-денежный обмен, адаптация на происходящие события, продвижение товара (следующий этап обращения). Составляющие подсистемы: закупочная деятельность, хранение, распределение товаров с присущими им элементами - представляют коммерческую деятельность как систему. Границы подсистем выражаются этапами доведения товаров до потребителей. В рамках подсистем задействованы коммерческие процессы и операции, обеспечивающие количественные и качественные изменения. Поступающие в обращение, а затем уходящие товарно-материальные потоки в потреблении становятся объектами продажи, т. е. связаны с товарно-денежным обменом.

Вхождение в рынок сложный и многофакторный процесс, охватывающий все стороны коммерческой деятельности торгового предприятия. Таким образом, цель коммерческой деятельности – максимизация выгоды (дохода, прибыли). Достижение этой цели должно постоянно сопровождать весь процесс коммерческой деятельности с каждым контрагентом по каждому конкретному поводу в конкретных условиях [10, с.6].



Коммерческое предпринимательство включает поиск и закупку конкретного товара, обеспечение его сохранности, транспортировку к месту продажи, продажу и послепродажное обслуживание. Таким образом, коммерческая деятельность охватывает торговую деятельность и разнообразные виды предпринимательства, связанные со сбытом, перепродажей товаров и предоставление услуг.

Реализовав товар и получив заданную прибыль, торговое предприятие достигает своей цели. По своему экономическому содержанию затраченный капитал, который привлекается в качестве оборотных средств, должен компенсироваться продажей товаров. В условиях рынка необходимо реально оценивать динамику и адекватность отдачи денежных активов, вкладываемых в товарно-материальные средства розничным торговым предприятием.

Задачами розничного торгового предприятия в новых условиях хозяйствования являются:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;

- определение ассортиментной политики;

- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;

- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами[7, с.203].

При этом особое внимание уделяется взаимодействию розничного торгового предприятия с производителями товаров и оптовыми предприятиями.

Все эти составляющие в совокупности образуют технологическую цепочку в процессе доведения продукции до конечного покупателя. Исходя из задач розничной торговли коммерческая работа осуществляется в следующих направлениях:

- формирование необходимого ассортимента товаров в рамках покупательского спроса;
- развитие закупочной деятельности;
- организация хозяйственных связей с поставщиками;
- осуществление процесса купли-продажи товаров, сопровождаемого коммерческими сделками, товарно-денежным обменом;
- обеспечение устойчивых конкурентных позиций при решении коммерческих задач.

Коммерческая деятельность в розничной торговле должна развиваться с учетом происходящих изменений в экономике переходного периода. Для достижения этой цели может служить целевая программа стратегического планирования коммерческой деятельности розничного торгового предприятия. Она является экономическим обоснованием развития предприятия на коммерческой основе, позволяет оценить собственные потенциальные возможности, содержит контрольные показатели в решении коммерческих задач, обеспечивает формирование финансовых ресурсов.

Основными принципами коммерческой деятельности являются:

- соблюдение действующего законодательства;
- высокая культура обслуживания покупателей;
- оптимальность коммерческих решений;
- доходность, прибыльность.

Являясь разновидностью предпринимательства, коммерческая деятельность неизбежно связана с риском. Под риском в коммерческой деятельности понимается возможность возникновения непредсказуемых заранее ситуаций, которые могут привести к негативным последствиям для торгового предприятия, ухудшить его положение на рынке, а в некоторых случаях и привести к банкротству[20]. Любая организация, осуществляющая коммерческую деятельность, стремится извлечь прибыль, предпринимая всевозможные шаги для исключения ситуаций, непосредственно связанных с рисками. Вместе с тем наличие фактора риска является серьезным стимулом

повышения ответственности за принимаемые коммерческие решения, для экономии средств и ресурсов. Источниками риска могут служить как деятельность самого предприятия, так и внешние факторы. Поэтому в зависимости от сферы их возникновения риски подразделяют на внешние и внутренние. К внешним рискам относятся:

- изменения экономической ситуации внутри страны и за ее пределами;
- изменения в законодательстве, регламентирующем коммерческую деятельность;
- обесценивание полученных доходов в результате роста инфляции, резких колебаний курса рубля;
- изменения в структуре спроса потребителей, вызванные влиянием моды, достижений научно-технического прогресса и т. п.;
- действия конкурентов;
- недобросовестность партнеров по бизнесу и др.[21].

Факторами внутреннего риска являются:

- неэффективное управление организацией в целом или ее основными структурными подразделениями;
- использование в коммерческой деятельности недостоверной информации;
- ошибки в организации преддоговорной работы (заключение договоров на невыгодных условиях, необязательность проверок платежеспособности партнеров по договорам и т. п.);
- несвоевременное выполнение договорных обязательств перед партнерами;
- неправильно организованная работа по формированию ассортимента (закупка товаров, сбыт которых невозможен или убыточен);
- несоблюдение персоналом требований к защите информации, составляющей коммерческую тайну, приводящее к возникновению убытков;
- утрата, порча или хищение материальных ценностей по вине работников предприятия торговли и др.[28].

Большинство внутренних рисков связано с неправильными действиями или бездействием работников коммерческих служб, что может быть вызвано их низкой квалификацией. Поэтому одним из способов снижения риска для предприятий торговли является обучение персонала, развитие его инициативы, заинтересованности в результатах труда. Снизить потери, возникающие в результате тех или иных негативных обстоятельств, сопутствующих коммерческой деятельности, позволяет использование страхования. При этом предприятие либо делит свои риски со страховой компанией, либо передает ей их полностью. Применительно к деятельности торговых предприятий целесообразно, в частности, страховать риски, связанные:

- с невыполнением договорных обязательств стороной, с которой был заключен договор;
- ошибками в работе коммерческой службы предприятия;
- стихийными бедствиями (повреждение или полная гибель товаров и другого имущества вследствие пожара и других стихийных бедствий, а также мер, принятых для спасания или тушения пожара);
- авариями или неисправностями водопроводной, отопительной, канализационной систем (повреждение или порча товаров, другого имущества);
- перевозками грузов (утрата, повреждение, порча и т. п.)[30].

Коммерческая деятельность, как и любая иная предпринимательская деятельность, нуждается в значительном регулировании со стороны государства. К нормативным документам, регулирующим коммерческую деятельность, относятся: Конституция РФ, Федеральные законы, ( в частности - закон РФ «О защите прав потребителей», закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и др.), подзаконные нормативно-правовые акты (Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ, государственные стандарты, акты министерств и ведомств).

Прежде чем осуществлять правовое регулирование коммерческой деятельности в РФ необходимо определить субъекты коммерческой деятельности. К субъектам коммерческой деятельности на территории РФ относятся:

- граждане - индивидуальные предприниматели (статья 23 ГК РФ);
- коммерческие организации (статья 50 ГК РФ);
- некоммерческие организации (п.3 статьи 50 ГК РФ).

Российский Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности» 1991 года закрепил право граждан вести предпринимательскую деятельность как индивидуально, не применяя наемный труд, так и создавая предприятия с привлечением наемных работников. Такие граждане регистрировались в качестве физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Ныне действующий Гражданский кодекс Российской Федерации называет таких граждан индивидуальными предпринимателями.

Предпринимательская правосубъектность - это мера возможного правообладания в сфере предпринимательской деятельности, т.е. мера свободы действий предпринимателя в рамках действующего законодательства.

Право гражданина заниматься предпринимательской и любой иной, не запрещенной законом деятельностью, составляет содержание гражданской правоспособности. Для того чтобы реализовать это право, гражданин должен обладать так называемой предпринимательской дееспособностью, т.е. способностью самостоятельно, инициативно и профессионально осуществлять предпринимательскую деятельность и исполнять все обязанности, возникающие в связи с ее осуществлением[22].

Предпринимательская дееспособность гражданина возникает по достижении им восемнадцатилетнего возраста, т.е. с момента, когда он становится полностью дееспособным.

Таким образом, гражданин, достигший 18-летнего возраста, а в случаях и в порядке, установленных законом, и до 18 лет, вправе заниматься предпринимательской деятельностью. На территории России предпринимательской деятельностью могут заниматься как граждане Российской Федерации, так и иностранные граждане и лица без гражданства.

Для отдельных категорий граждан законами Российской Федерации установлен запрет на занятие самостоятельной предпринимательской деятельностью. Помимо достижения определенного возраста занятие предпринимательской деятельностью требует наличия определенных профессиональных навыков и профессиональной подготовки. Некоторые законы и иные правовые акты, регламентирующие порядок осуществления той или иной деятельности, содержат квалификационные требования, предъявляемые к гражданам, желающим заниматься такой деятельностью.

Регистрация гражданина, желающего заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, осуществляется по месту его жительства[2].

В соответствии с установленным порядком, для регистрации необходимо представить (или направить по почте) следующие документы: заявление по установленной форме и документ об уплате регистрационного сбора. Предельная ставка этого сбора не должна превышать установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда.

Государственная регистрация предпринимателей осуществляется регистрирующим органом в день представления документов либо в 3-дневный срок с момента получения документов по почте.

Документом, удостоверяющим статус гражданина-предпринимателя, является бессрочное свидетельство о регистрации в качестве предпринимателя.

Свидетельство о регистрации в качестве предпринимателя оформляется в трех экземплярах: один выдается гражданину-предпринимателю, второй

остаётся у регистрирующего органа, а третий направляется налоговому органу по месту регистрации предпринимателя для постановки его на учёт.

Таким образом, с момента государственной регистрации граждан, занимающийся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, приобретает статус индивидуального предпринимателя и подпадает под юрисдикцию коммерческого законодательства.

Конституционные положения в силу их повышенной стабильности и жесткости не подходят для регулирования рыночных отношений. Их роль состоит в другом - гарантировать устойчивость и предсказуемость законодательства о предпринимательстве, основывающегося на ст. 34 Конституции РФ.

Самое важное изменение концептуального подхода к предпринимательству - это помещение ст.34 в главе 2 Конституции, посвященной правам и свободам человека и гражданина.

Трактовка предпринимательства через призму прав человека позволяет утверждать, что отношения государства и предпринимателей являются отношениями равных партнеров и у них имеются взаимные права и обязанности.

Если раньше в сфере экономики существовала монополия государства, то теперь предпринимательство рассматривается в Конституции как сфера, в которой приоритетом обладает частный интерес. Поскольку предпринимательство - это сфера частного интереса и инициативы, Конституция РФ не допускает монополии государства на внешнюю торговлю.

Имущественная независимость граждан закреплена в ст. 35 и 36 Конституции РФ. Она, как важнейшее условие создания рыночной Среды, означает также равенство, свободу договора, возмещение ущерба участников торгового оборота.

Новый для российского законодательства концептуальный подход к предпринимательству как, прежде всего сфере господства частных

интересов, трактовка прав предпринимателей как разновидности прав граждан означают, что конституционный статус предпринимателей, независимо от того, государственное это предпринимательство или частное, а также на территории какой области или республики осуществляется предпринимательская деятельность, должен быть единым[22].

Единству статуса предпринимателей служат нормы ст. 71 Конституции, относящие к ведению Российской Федерации установление правовых основ единого рынка, гражданское законодательство, процессуальное законодательство, правовое регулирование интеллектуальной собственности.

## **1.2. Методики анализа и оценки эффективности коммерческой работы предприятий розничной торговли**

Исключительным предметом экономического анализа вообще и экономического анализа торговой деятельности, в частности, является оценка состояния объекта исследования в настоящее время, характеристика отправной точки для развития в будущем. Оценка эффективности деятельности предприятия является одним из основных направлений осуществления экономического анализа. Основная цель оценки эффективности деятельности торгового предприятия – на основе всестороннего анализа разработать рекомендации по улучшению деятельности предприятия и повышению эффективности его работы [5, с.4]. Исходя из поставленной цели и обзора существующих методологических подходов к постановке задач того или иного исследования, можно сформулировать следующие задачи оценки эффективности деятельности предприятия в современных условиях:

- 1) объективное и всестороннее исследование объекта оценки;
- 2) определение экономической эффективности использования отдельных видов ресурсов;



3) комплексная оценка эффективности деятельности предприятия, с построением обобщающей системы показателей эффективности деятельности;

4) выявление и измерение внутренних и внешних резервов повышения эффективности функционирования анализируемого объекта;

5) разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия.

Процедура оценки эффективности деятельности торгового предприятия, как и последовательность проведения любого аналитического исследования, включает три основных этапа: подготовительный, основной и заключительный. В ходе подготовительного этапа необходимо определиться с целью осуществления исследования и в связи с этим разработать и поставить ряд задач, решение которых будет способствовать достижению поставленной цели. Зависит от поставленной цели и выбор объекта и предмета исследования.

Разработка программы исследования и установление сроков выполнения работ являются необходимым условием осуществления «востребованной» оценки, так как ресурс «времени» не является безграничным и затягивание работ может привести к тому, что результаты оценки потеряют свою актуальность. Необоснованное ускорение проведения оценки может негативно отразиться на качестве результатов исследования. К подбору исполнителей проведения исследования и распределению функций между ними необходимо подходить со всей ответственностью, опираясь на профессиональные качества, совместимость, добросовестность, деловую активность, инициативность и другие качества работников.

В связи с поставленными задачами необходимо определиться с набором основных приемов и способов, которые будут использованы в ходе проведения исследования. Качество результатов оценки во многом зависит от полноты и достоверности собранной информации, правильности первичного анализа и синтеза информационных показателей.

Анализ среды деятельности предприятия, что позволяет изучить анализируемый объект как целостную структуру, с учетом внутренней и внешней среды его функционирования, а так- же выявить специфические особенности объекта исследования, влияющие в дальнейшем на формирование показателей его деятельности и оценки эффективности работы. Основными моментами изучения внешней среды, на наш взгляд, являются изучение макроокружения предприятия, включающее анализ динамики социальных факторов (динамика численности и половозрастного состава населения и т.д.), экономических факторов (уровень денежных доходов, структура денежных расходов, цены на потребительские товары, уровень конкуренции на рынке и т.д.), технологических факторов (развитие материально-технической базы, технологий реализации товаров), а также правового регулирования отношений на рынке потребительских товаров. В ходе анализа изучения внутренней среды предприятия необходимо определить виды деятельности предприятия, рассмотреть и оценить организационную структуру, культуру организации и т.д.;

Оценка эффективности базируется на показателях, соизмеряющих результаты работы предприятия с ресурсами или затратами, используемыми для их достижения. Поэтому всестороннее изучение основных результатов деятельности и состояния ресурсов анализируемого хозяйствующего субъекта является необходимым условием расчета и анализа показателей эффективности его функционирования . С целью оценки эффективности необходимо проведение комплексного анализа формирования таких основных результативных показателей деятельности, как товарооборот, расходы, доходы, прибыль, а также показателей, характеризующих состояние ресурсов предприятия: численность и структура трудовых ресурсов, динамика стоимости и состава основных фондов и оборотных средств предприятия и т.д.

При анализе эффективности использования ресурсов предприятия и применяется построение системы обобщающих показателей эффективности

деятельности торгового предприятия. Именно реализация этих направлений оценки позволяет достичь поставленной цели и решить вытекающие из нее задачи проведения исследования.

Кроме того, как уже отмечалось, нам представляется необходимым структурирование показателей эффективности на группы, с позиций разных пользователей информации. Набор показателей для каждой группы пользователей включает как показатели эффективности использования ресурсов, так и интегральные показатели оценки, в зависимости от отношения пользователя к предприятию и его экономических интересов.

На заключительном этапе оценки эффективности предполагает обобщение результатов проведения оценки эффективности деятельности предприятия и разработку рекомендаций по повышению эффективности его работы. В зависимости от цели исследования необходимо определиться, в каком виде и кому будут представлены эти результаты (отчет, письменное заключение, рекомендательное письмо и т.п.).

Залогом успешного проведения любого исследования, в т.ч. и оценки эффективности деятельности предприятия, является четкая постановка цели, профессионализм, компетентность исполнителей, заинтересованность заказчиков в полноте и объективности результатов оценки.

Решение поставленных задач оценки эффективности деятельности предприятия возможно только при помощи системы показателей. Термин «система показателей» широко распространен в экономических исследованиях. Однако не любую совокупность показателей можно считать системой. Система является качественно новым образованием по сравнению с отдельными показателями, и всегда более значима, чем сумма отдельных ее частей, так как помимо сведений о частях она несет определенную информацию о том новом, что появляется в результате их взаимодействия, т. е. информацию о развитии системы в целом.

Таким образом, под системой показателей, характеризующей определенный экономический субъект или явление, понимается

совокупность взаимосвязанных величин, всесторонне отображающих состояние и развитие данного субъекта или явления.

Любая система показателей, характеризующих положение хозяйствующего субъекта, как правило, состоит из величин двух типов:

1)экономические показатели (товарооборот, доходы, расходы, прибыль, заработная плата, финансовый результат и т.д.);

2) статистические показатели (темп роста, коэффициенты корреляции и т.д.). Эти величины характеризуют динамику активности субъекта и ее распределение в пространстве и времени[23, с.150].

Между показателями системы можно выделить четыре типа связей:

– логические (например, связь между собой показателей социального развития коллектива или технического развития предприятия);

– семантические (данные связи выявляются и фиксируются посредством классификаций и номенклатур, суть их состоит в том, что нередко показатели системы связаны между собой по степени охвата характеристик, входящих в их определение: например, семантически связаны «среднесписочная численность работников» и «среднесписочная численность рабочих»);

– функциональные (жестко детерминированные);

– стохастические (вероятностные) [31, с.40].

Финансовое обеспечение коммерческой деятельности отвечает за показатели финансовой устойчивости предприятия, к таким показателям относятся:

- коэффициент автономии;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

- коэффициент маневренности собственного капитала;

- индекс постоянного актива;

- комплексный показатель финансовой устойчивости.

Ликвидность и платежеспособность организации отражают с помощью таких коэффициентов, как:

- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент срочной ликвидности;
- коэффициент текущей ликвидности.

Для осуществления хозяйственной деятельности на коммерческой основе торговое предприятие должно располагать надлежащей материально-технической базой, которая представляет собой совокупность материально-вещественных ценностей – основные производственные фонды и технологии производственных процессов.

Для оценки эффективности использования материально – технических ресурсов предприятия рассчитывают следующие показатели эффективности.

Эффективность использования средств труда показывают:

- фондоотдача;
- фондоемкость;
- фондорентабельность;
- фондовооруженность;
- фондооснащенность.

Эффективное использование оборотных средств рассчитывается через:

- время обращения;
- скорость обращения;
- рентабельность оборотных средств;
- абсолютное и относительное высвобождение средств из оборота;
- коэффициент загрузки средств в обороте[35, с.102].

Трудовые ресурсы играют огромную роль в развитии предприятия. Профессиональная и социально-психологическая подготовка персонала, осуществляющего деловое общение с покупателями. Практически все покупки товаров осуществляются при взаимодействии покупателей с персоналом торгового предприятия.

Общение покупателей с продавцами, контролерами-кассирами, товароведом, администраторами происходит в процессе выбора товаров, консультаций по возникшим вопросам, расчетов и упаковки покупок,

предоставления дополнительных услуг и т. п. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов следующие:

- производительность труда;
- прибыль на 1 работника;
- коэффициент соотношения темпов роста средней заработной платой и производительностью труда;
- доля ТОП в общей численности;
- уровень образования персонала;
- опыт работы.

В условиях рынка информация является одним из самых важнейших элементов управления коммерческой деятельностью торгового предприятия. Так же как и другие функции, информационное обеспечение является связующим звеном в коммерческой деятельности и позволяет быстро принимать решения (быстрое мышление; быстрое принятие решения; быстрый выход на рынок; превращение скорости в норму.).

Информационное обеспечение включает получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации. Вся эта цепочка связана с многоступенчатым продвижением, анализом и систематизацией информации[26].

С закупочной деятельности начинаются коммерческие отношения с партнерами. Закупочная деятельность и коммерческие действия взаимообусловлены, они осуществляются в соответствии с целями торгового предприятия и содержанием решаемых задач.

В процессе закупки и поставки товаров устанавливаются коммерческие связи между участниками, представляющими предприятия торговли, производителей и обслуживающие сферу обращения субъекты.

Эффективная организация закупочной деятельности определяется с помощью:

- затрат на закупку;
- уровня выполнения поставщиками договорных обязательств;

- равномерностью поставок товаров.

Продажа товаров является неотъемлемой частью коммерческой деятельности. В розничной торговле применяются различные методы продажи товаров, такие как самообслуживание, индивидуальное обслуживание, по образцам, с открытой выкладкой, по предварительным заказам и т.д.

Выбор эффективных методов розничной продажи товаров - важнейший этап коммерческой работы розничных торговых предприятий. Эффективно организованная продажа товаров способствует росту товарооборота магазина, лучшему удовлетворению спроса населения и обеспечивает рентабельную работу предприятия.

Для того чтобы определить экономическую эффективность продажи товаров, нужно изучить на предприятии следующие показатели:

- товарооборот;
- товарооборот на 1 кв.м. торговой площади;
- товароборачиваемость;
- сумма и уровень валовой прибыли;
- сумма и уровень издержек обращения;
- сумма и уровень прибыли от продаж;
- рентабельность конечных результатов.

Также немаловажную роль при продаже имеют технологии продажи товаров и обслуживания покупателей; - рациональная планировка помещений магазина и применение современного высокопроизводительного торгово-технологического оборудования. Для проверки технико-технологической эффективности используют:

- доля торгового зала в общей площади магазина;
- коэффициент установочной площади;
- коэффициент выставочной площади [8, с.15].

Проведение оценки эффективности деятельности торгового предприятия с использованием всей совокупности показателей в ходе

комплексной оценки или части показателей, в ходе оценки отдельных сторон деятельности предприятия позволяет дать достоверное заключение об эффективности работы предприятия и разработать рекомендации по его дальнейшему развитию.

Итак, основные цели коммерческой работы заключаются в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка. Этому способствуют новые условия хозяйствования предприятий розничной торговли. Коммерческие работники имеют большие возможности для проявления самостоятельности, коммерческой инициативы и предприимчивости. Коммерческой деятельности должен быть присущ высокий динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и внешней среде, ресурсном потенциале, технологии торговли, финансовом состоянии, что составляет основу функционирования розничного торгового предприятия.

## **Глава 2. Анализ коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «АльфаРесурс»**

Коммерческая организация «АльфаРесурс» в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью учреждена в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, договором о создании общества с ограниченной ответственностью «АльфаРесурс», а на основании Устава.

Единственным участником Общества является: Жидков Андрей Вячеславович. Полное фирменное наименование Общества на русском языке – общество с ограниченной ответственностью «АльфаРесурс».

ООО «АльфаРесурс» является юридическим лицом по законодательству РФ. Предприятие для достижения установленной уставной



цели имеет право от своего имени совершать сделки, приобретать имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Предприятие осуществляет владение, пользование и распоряжение своим имуществом в соответствии с целями своей деятельности. Предприятие также имеет право осуществлять внешнеэкономическую деятельность в соответствии с законодательством. ООО «АльфаРесурс» имеет самостоятельный баланс. Предприятие также имеет печать, образец которой утверждается учредителем, штампы и другую атрибутику.

Местонахождение предприятия: Россия, Белгородская область, г. Белгород, Народный бульвар 70, офис 601.

Общество является коммерческой организацией, преследующей в качестве основной цели своей предпринимательской деятельности извлечение прибыли. Общество обладает общей гражданской правоспособностью. Оно вправе иметь гражданские права и нести гражданские обязанности для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом.

Предметом основной деятельности предприятия является:

- производство земельных работ;
- производство электромонтажных работ;
- розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- розничная торговля бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой;
- розничная торговля неэлектрическими бытовыми товарами;
- розничная торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием;
- розничная торговля электрическим и электронным оборудованием;
- розничная торговля прочими машинами и оборудованием;
- розничная торговля машинами и оборудованием для строительства;

- розничная торговля прочими промежуточными продуктами;
- розничная торговля бумагой и картоном в большой массе (без упаковки, в рулонах);
- предоставление посреднических услуг при покупке, продаже и аренде нежилого недвижимого имущества;
- иные виды хозяйственной деятельности, и оказание услуг, не запрещенных законодательством РФ и др.

Все вышеперечисленные виды деятельности осуществляются в соответствии с действующим законодательством РФ.

Уставный капитал Общества определяет минимальный размер имущества Общества, гарантирующего интерес его кредиторов. Уставный капитал Общества составляет 10000,00 руб. (десять тысяч рублей 00 коп.) и разделен на 1 (одну) долю, что составляет 100 процентов уставного капитала.

На момент государственной регистрации Общества Учредителем оплачивается 100% уставного капитала.

Основными поставщиками предприятия являются:

- ООО «Краски Белогорья»;
- ООО «КУБОМЕТР»;
- ООО «СтальПромИнвест»;
- ООО «СММ».

ООО «АльфаРесурс» закупает электрическое и электронное оборудование в таких поставщиков, как:

- ООО «Электро Импульс»;
- ООО "КОННЕКТ".

Основными конкурентами ООО «АльфаРесурс » по розничной торговле являются:

- ООО «ИнтерКомплект»;
- ООО «СпецМаш»;
- ООО «ЭкоСистем».

Основными покупателями ООО «АльфаРесурс» являются физические лица.

Организационная структура ООО «АльфаРесурс» представлена на рис. 1.



Рис.1 Организационная структура предприятия ООО «АльфаРесурс»

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия представлены в таблице 1.

Анализируя данные таблицы 1, можно заметить, что все показатели после 2013 года, резко снижаются. К примеру, выручка от продажи продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом снизилась на 17695 тыс. руб. Это связано со снижением спроса на продукцию в 2014 году, вследствие экономического кризиса.

Среднегодовая стоимость основных средств имела самое высокое значение в 2014 году – 608,5 тыс.руб., а самое низкое в 2015 году – 327,5 тыс.руб.

Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности имеет непостоянный характер - это отмечается низким показателем в 2013 году – 479,5 тыс. руб., далее в 2014 году значение увеличивается на 287 тыс. руб. и немного снижается в 2015 году – 685 тыс. руб. Так как, значение показателя остается высоким, а выручка снижается, можно говорить о том, что операционные риски организации растут.

Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности имеет динамику повышения. В 2013 году 3076,5 тыс. руб., в 2014 году увеличение на 1802 тыс. руб. и в 2015 году среднегодовая задолженность перед кредиторами составила 5120,5 тыс. руб. Увеличение данного показателя

произошел на фоне увеличения запасов организации. Следовательно, делаем вывод, что скорее всего купленные запасы были приобретены с отсрочкой платежа и срок выплат на момент составления отчетности не наступил.

Себестоимость продукции активно уменьшается. В 2013 году показатель составлял 30618 тыс. руб., а в 2015 году 10615 тыс.руб. Анализируя прибыль от продажи продукции, мы видим, что в 2013 году показатель составлял 1013 тыс. руб., в 2014, году после резко снижения прибыль составила всего 284 тыс. руб. что на 729 тыс. руб. ниже чем за предыдущий год. Но в 2015 году значение увеличивается и достигает 439 тыс. руб. Увеличение прибыль в 2015 году относительно 2014 года можно связать со снижением себестоимости продукции.

Чистая прибыль в 2013 году составила 802 тыс. руб. В 2014 году наблюдается резко снижение показателя до 173 тыс. руб. В 2015 году значение достигло 264 тыс. руб., что на 155 тыс. руб. больше, чем годом ранее. Снижение данного показателя обусловлено обострением экономического кризиса в 2014 году и растущими расходами.

Снижение показателя фондоотдачи свидетельствует о снижении финансовой устойчивости предприятия. В 2013 году значение равно 94,2, а в 2015 году всего 40,5. Для повышения фондоотдачи необходимо принимать срочные меры, в частности, повышение качества и конкурентоспособности продукции и в результате увеличение спроса покупателей.

Фондоёмкость - обратный показатель фондоотдачи. В 2015 году значение составило 0,02, когда как в 2013 году показатель был ниже – 0,01. Анализируя показатели фондоотдачи и фондоёмкости можно сделать вывод, что уменьшение первого и увеличение второго свидетельствует о том, что основные фонды используются нерационально.

Уровень рентабельности имел самое высокое показание в 2013 году – 270,5%, а в 2014 году резко снизился 46,7% . Отмечается повышение в 2015 году до 134%.

Показатель рентабельности продаж увеличивается с каждым годом, но всё равно далёк от нормативного значения - 8% для оптовой и розничной торговли, тогда как показатель за 2013 год составил всего 2,9%, в 2014 году произошло снижение до 1,6%, но в 2015 году произошло увеличение до 3,3%. Необходимо повышение эффективности управления организацией.

Таблица 1

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО  
«АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Отклонение			
	2013	2014	2015	Абсолютное		Относительное	
				2014 от 2013	2015 от 2014	2014 к 2013	2015 к 2014
1. Выручка от продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб.	35280	17585	13264	-17695	-4321	49,8	75,4
2. Среднесписочная численность работников, чел.	3	3	3	-	-	100	100

Продолжение таблицы 1

3. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	374,5	608,5	327,5	234	-281	162,5	53,8
4. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, тыс. руб.	479,5	766,5	685	287	-81,5	159,8	89,3
5. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	3076,5	4878,5	5120,5	1802	242	158,8	104,9
6. Себестоимость продукции	30618	13984	10615	-16634	-3369	45,6	75,9

(работ, услуг), тыс. руб.							
7. Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	1013	284	439	-729	155	28	154,5
8. Чистая прибыль, тыс. руб.	802	173	264	-629	91	21,5	152,6
9. Фондоотдача, руб.	94,2	28,9	40,5	-65,3	11,6	30,7	140,1
10. Фондоёмкость, руб.	0,01	0,03	0,02	0,02	-0,01	300	66,6
11. Уровень рентабельности, %	270,5	46,7	134	-223,8	87,3	17,3	286,9
12. Рентабельность продаж, %	2,9	1,6	3,3	-1,2	1,7	57,1	206,2

## **2.2. Оценка показателей эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»**

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

Основные показатели эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс» представлены в таблице 2.

Таблица 2

Основные показатели эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015гг.

Показатели	Годы			Отклонение			
	2013	2014	2015	Абсолютное		Относительное	
				2014 от 2013	2015 от 2014	2014 к 2013	2015 к 2014
1.Оборот оптовой (розничной) торговли, тыс. руб.	35280	17585	13264	-17695	-4321	49,8	75,4
2.Валовой доход, тыс. руб.	4662	3601	2649	-761	-952	77,2	73,5
3.Валовой доход в % к обороту, %	13,2	20,4	19,9	7,2	-0,5	154,5	97,5
4.Издержки обращения, тыс. руб.	3649	3317	2209	-332	-1108	90,9	66,5
5.Уровень издержек обращения, %	10,3	18,8	16,6	8,5	-2,2	182,5	88,2
6.Прибыль от продажи, тыс. руб.	1013	284	439	-729	155	28	154,5

Продолжение таблицы 2

7.Рентабельность, %	2,9	1,6	3,3	-1,3	1,7	55,2	206,2
8.Средние товарные запасы, тыс. руб.	3117,5	4233	5106,5	1115,5	873,5	135,8	120,6
9.Уровень товарных запасов, дней	31,7	86,6	138,6	54,9	52	273,2	160
10.Товарооборачиваемость, оборотов	11,3	4,1	2,6	-7,1	-1,6	37,2	61,9
11. Торговая площадь, м2	21	21	21	-	-	100	100

12. Среднесписочная численность работников, чел.	3	3	3	-	-	100	100
13. Оборот торговли на 1 м2 торговой площади, руб.	1680	837,3	631,6	-842,7	-205,7	49,8	75,3
14. Прибыль на одного работника организации, руб.	337,6	94,6	146,3	-243	51,7	28	154,6

Обобщая вышеизложенное можно сказать, что существует несколько показателей характеризующих деятельность торговой организации.

Анализируя сведения, приведенные в таблице, отмечаем, что валовой доход имеет динамику снижения за анализируемый период. В 2015 году значение составило 2649 тыс. руб., тогда как в 2013 году значение равнялось 4662 тыс. руб. Снижение валового дохода происходит на фоне снижения оборота розничной торговли и снижения покупательского спроса в общем. В процентном отношении валовой доход составил 13,2% от оборота торговли в 2013 году, 20,4% в 2014 и в 2015 году 19,9% от оборота.

На фоне снижения товарооборота отмечается и снижения издержек обращения 3649 тыс. руб. в 2013 году, а в 2015 году уже 2209 тыс. руб. Уровень издержек обращения самым высоким был в 2014 году - 18,8% от оборота торговли. В 2015 году наблюдается снижение до 16,6%.

Средние товарные запасы за три года увеличиваются. С 3117,5 тыс. руб. в 2013 году, до 5106,5 в 2015 году. Увеличение не пропорционально обороту торговли, что говорит о неэффективности коммерческой деятельности.

Товарооборачиваемость или скорость товарного обращения падает – в 2013 году 11,3 оборота, в 2014 году 4,1 оборота, а в 2015 году всего 2,6. Предприятие должно стремиться к увеличению показателя, что повлечет за собой и увеличение товарооборота.

Показатель оборота торговли на один квадратный метр торговой площади резко падает после 2013 года – 1680 тыс. руб., 837,3 в 2014 году и 631,6 в 2015 года.



Анализ величины товарных запасов и товарооборачиваемость отражен в таблице 3.

Таблица 3

Показатели величины товарных запасов в днях и товарооборачиваемости в ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Год	Оборот торговли, тыс. руб.	Товарный запас на конец периода, тыс. руб.	Величина товарных запасов, в днях	Товарооборачиваемость, в числе оборотов
2013	35280	3950	40	8,9
2014	17585	4516	92	3,9
2015	13264	5697	155	2,3

Анализируя данные таблицы делаем выводы, обороты торговли снижаются. В 2013 году – 35280 тыс. руб., в 2014 году 17585 тыс. руб., а в 2015 году всего 13264 тыс. руб.

Однако товарные запасы на конец года увеличивается. В 2015 году показатель был самый высокий - 5697 тыс. руб. Самый низкий в 2013 году – 3950 тыс. руб.

Величина товарных запасов, выраженная в днях увеличивается. Данный показатель отображает обеспеченность товарными запасами на определенный период и характеризует количество дней торговли, на которые хватит данных запасов. В 2013 году - 40 дней, в 2014 году – 92 дня и в 2015 году 155.

Товарооборачиваемость, выраженная в оборотах, как видно в таблице, снижается. В 2013 году – 8,9 оборота, в 2014 году - 3,9 оборота, в 2015 году - 2,3 оборота. Уменьшение данного показателя говорит о том, что товарные запасы чрезмерны или не пользуются спросом.

Основные показатели анализа прибыли торговой организации представлены в таблице 4.

Из данных таблицы 3 следует, что в 2014 году произошли отрицательные изменения в структуре прибыли. Уменьшилась доля прибыли от реализации товаров по сравнению с 2013 годом на 729 тыс. руб. за счет снижения покупательской активности.

В 2015 году мы наблюдаем, увеличение прибыли в основном за счет увеличения товарооборота, снижения коммерческих и прочих расходов, а также снижение себестоимости. Увеличение составило 155 тыс. руб. по отношению к предыдущему году.

Так же наблюдается снижение издержек обращения в 2015 году по отношению к 2013 году на 1440 тыс. руб.

Коммерческие расходы связанные с продажей товаров активно снижаются – в 2013 году 3649 тыс. руб., 2014 год – 3317 тыс. руб. и в 2015 году - 2210 тыс. руб. Отклонение между первым и последним годом за анализируемый период составило -1439 тыс. руб.

Отмечается снижение балансовой прибыли на фоне снижения остальных финансовых показателей. В 2013 году 802 тыс. руб., а в 2015 году всего 264 тыс. руб. (отклонение составило -538 тыс. руб.). Снижение данных показателей характеризует отрицательную динамику прибыли.

Таблица 4

Показатели анализа прибыли торговой организации в ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Отклонение, +/-		
	2013	2014	2015	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013
1.Сумма розничного товарооборота (в тыс. руб.)	35280	17585	13264	-17695	-4321	-22016

2. Себестоимость продаж	30618	13984	10615	-16634	-3369	-20003
3. Издержки обращения:						
а. в тыс. руб:	3649	3317	2209	-332	-1108	-1440
б. в процентах к товарообороту	10,3	18,9	16,6	8,6	-2,3	6,3
4. Прибыль от продажи товаров (в тыс. руб.)	1013	284	439	-729	155	-574
5. Уровень рентабельности (в %)	117,1	32,8	50,7	-84,3	17,9	-66,4
6. Коммерческие расходы	3649	3317	2210	-332	-1107	-1439
7. Управленческие расходы	-	-	-	-	-	-
9. Прочие расходы (в тыс. руб.)	86	67	57	-19	-10	-29
10. Балансовая прибыль (в тыс. руб.)	802	173	264	-629	91	-538

### 2.3. Оценка финансового состояния ООО «АльфаРесурс»

Финансовая устойчивость — это стабильность финансового состояния организации, которая обеспечивается достаточной долей собственного капитала в составе источников финансирования. Достаточная доля собственного капитала означает, что заемные источники финансирования используются предприятием лишь в тех пределах, в которых оно может обеспечить их полный и своевременный возврат.

Для начала следует провести оценку деловой активности организации.  
Оценочные данные представлены в таблице 5.

Таблица 5

Оценка деловой активности ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-		
	2013	2014	2015	2014от 2013	2015от 2013	2015от 2013
Коэффициент общей оборачиваемости капитала, в оборотах	8,6	3	2,1	-5,6	-0,9	-6,5
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, в оборотах	2,2	3,4	2,2	1,2	-1,2	0
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, в днях	164	106	164	-58	58	0
Фондоотдача, руб.	94,2	28,9	40,5	-65,3	11,6	-53,7
Коэффициент отдачи собственного капитала	82,3	19,2	11,7	-63,1	-7,5	-70,6
Оборачиваемость материальных средств (запасов), в днях	37	109	180	72	71	143
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	712,7	155,6	132,6	-557,1	-23	-580

Продолжение таблицы 5

Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах, в оборотах	73,6	22,9	19,4	-50,7	-3,5	-54,2
Срок погашения дебиторской задолженности	8,2	13,4	19,3	5,2	5,9	11,1

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в днях	36	124	180	88	56	144
Длительность операционного цикла	210,3	241,6	353,3	31,3	111,7	143
Длительность финансового цикла	200,4	238,7	351,3	37,6	112,6	150,9

Анализируем данные таблицы 5. Коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача) характеризует объем выручки, приходящейся на единицу средств, вложенных в активы организации и показывает на сколько эффективно используются активы для получения дохода. Данный показатель имеет тенденцию снижения, что свидетельствует о недофинансировании. 8,6 оборотов в 2013 году, 3 оборота в 2014 году и всего 2,1 оборота в 2015 году.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств свидетельствует о количестве оборотов, совершаемых оборотными средствами. Показатель имеет одинаковое значение в 2013 году и 2015 году (2,2 оборота). В 2014 количество оборот составило 3,4. Данный показатель сохраняет динамику снижения, что говорит нам о снижении доходов.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, в днях определяет за сколько дней организация получает выручку, средней величине оборотных средств. Показатель имеет одинаковое значение в 2013 и 2015 годах – 164. В 2014 году - 106 дня.

Коэффициент отдачи собственного капитала отражает активность использования денежных средств. В ООО «АльфаРесурс» соответствующий показатель в 2015 году меньше, чем за два года. На каждый рубль вложенных собственных денежных средств приходится 11,7 руб. выручки от продаж.

Оборачиваемость материальных средств, в днях показывает на сколько дней хватит имеющихся запасов предприятию. Показатель увеличивается, в 2013 году – 37 дня, в 2014 году – 109 дней, 180 дней в 2015 году.

Коэффициент оборачиваемости денежных средств, представляет собой отношение выручки от продаж продукции к среднегодовому размеру денежных средств. Показатель уменьшается – это говорит о снижении финансовой эффективности организации. 712,7 в 2013 году, в 2014 году 155,6, в 2015 году 132,6.

Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах, в оборотах показывает количество раз, сколько обернулись в отчетном периоде средства, вложенные в дебиторскую задолженность. Показатель снижается – 73,6 в 2013 году, 22,9 в 2014 году и в 2015 году 19,4. Уменьшение показателя говорит о снижении товарооборота и увеличению дебиторской задолженности.

Срок погашения дебиторской задолженности увеличиваются к 2015 году. Показатель характеризует какое количество дней необходимо для погашения дебиторской задолженности. В 2013 году значение равнялось 8,2, к 2015 году произошло повышение показателя до 19,3.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в днях показывает скорость погашения задолженности перед кредиторами. Показатель имеет тенденцию увеличения. В 2015 году показатель составил 180 дней, что на 144 дня больше, чем в 2013 году.

Длительность операционного цикла увеличивается, что говорит о низкой эффективности управления дебиторской задолженностью и ухудшению финансового состояния предприятия. К 2015 году показатель составил 353,3, что на 143 больше, чем в 2013 году.

Длительность финансового цикла характеризует количество дней между кредиторской и дебиторской задолженностью. Повышение показателя свидетельствует о снижении платежеспособности предприятия. В 2013 году – 200,4, что на 150,9 дней меньше, чем в 2015 году.

Для получения общего состояния финансово-хозяйственного положения предприятия, кроме расчета показателей финансового состояния

предприятия, необходимо также рассчитать показатели ликвидности, платежеспособности и рентабельности компании.

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги групп по активу и пассиву. Бухгалтерский баланс является ликвидным, если соблюдаются следующие неравенства:  $A1 \geq П1$ ;  $A2 \geq П2$ ;  $A3 \geq П3$ ;  $A4 \leq П4$ . Показатели ликвидности баланса отображены в таблице 6 и таблице 6.1.

Таблица 6

Анализ ликвидности баланса ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-			Темпы роста, %		
	2013	2014	2015	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013	2014 к 2013	2015 к 2014	2015 к 2013
<b>Актив</b>									
Абсолютно ликвидные активы (A1)	55	171	51	116	-120	-4	310,9	29,8	92,7
Быстрореализуемые активы (A2)	909	688	718	-221	30	-191	75,7	104,4	78,9
Медленно реализуемые активы (A3)	4018	4531	5697	531	1166	1679	112,8	125,7	141,8
Труднореализуемые активы (A4)	1624	1126	899	-498	-227	-725	69,3	79,8	55,3
<b>Пассив</b>									
Наиболее срочные обязательства (П1)	4901	4856	5385	-45	529	484	99	110,9	109,3

Продолжение таблицы 6

Краткосрочные пассивы (П2)	-	-	1	-	-	1	-	-	-
Долгосрочные пассивы (П3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Постоянные (устойчивые) пассивы (П4)	830	1002	1267	172	265	437	120,7	126,4	152,6

Анализируя данные таблицы 6, делаем следующие выводы. Абсолютно ликвидные активы (А1) имеет характер снижения. В 2014 году показатель был самый высокий – 171. В 2015 году резкое снижение показателя до 51. Показатель наиболее срочных обязательств (П1) увеличивается за рассматриваемый период. С 4901 в 2013 году до 5385 в 2015. Так как П1 больше А1 можно говорить о том, что организации не хватает абсолютно ликвидных активом на покрытие наиболее срочных обязательств.

Быстрореализуемые активы (А2) в 2013 году составили 909. К 2015 году показатель упал до 718. Краткосрочные пассивы (П2) за 2013 и 2014 год отсутствуют, в 2015 показатель равен 1. А2 больше П2 и это значит, что предприятие в будущем, сможет погасить обязательство, которые относят к краткосрочным пассивам.

Медленно реализуемые активы (А3) с каждым годом увеличиваются. В 2015 показатель равен 5697, относительно 2013 года темп роста составил 141,8. Долгосрочные пассивы (П3) отсутствуют за все года. Так как А3 больше П3, то в перспективе, предприятия может стать более платежеспособным.

Труднореализуемые активы (А4) уменьшаются. В 2013 году – 1624, в 2014 году – 1126, в 2015 году – 899. Постоянные (устойчивые) пассивы (П4) увеличиваются. В 2015 году – 1267. Темп роста относительно 2013 года составил 152,6. Только в 2015 году П4 больше А4, что говорит о том, что в будущем предприятие может спать финансово устойчивым.

Таблица 6.1



Анализ ликвидности баланса ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
A1 ≥ П1	554≤901	171≤4856	51≤5385
A2 ≥ П2	909≥0	688≥0	718≥0
A3 ≥ П3	4018≥0	4531≥0	5697≥0
A4 ≤ П4	1624≥830	1126≥1002	899≤1267

На основе сопоставления групп активов с соответствующими группами пассивов выносится суждение о не ликвидности баланса предприятия. Из приведенных выше таблиц выше видно, за 2013 и 2014 года показатели ликвидности соответствуют только в двух случаях из четырех. Анализируя показатели 2015 года, видно положение стало лучше, и показатели соответствуют норме в трех случаях из четырех.

Анализ платежеспособности предприятия производится на основании анализа ликвидности текущих активов с помощью коэффициентов платежеспособности, которые определяются на основе структуры баланса предприятия и пояснений к бухгалтерскому балансу и являются относительными величинами. Анализ приведен в таблице 7.

Таблица 7

Анализ платежеспособности ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение значений, +/-		
	2013	2014	2015	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013
Общий показатель платежеспособности	1,3	1,3	1,3	-	-	-
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,03	0,009	0,02	-0,021	-0,001

Продолжение таблицы 7

Коэффициент «критической оценки»	0,2	0,2	0,1	0	-0,1	-0,1
Коэффициент текущей Ликвидности	1	1,1	1,2	0,1	0,1	0,2
Коэффициент маневренности функционирующего капитала	0,09	0,5	0,8	0,41	0,3	0,71
Доля оборотных средств в активах	0,9	0,9	0,9	0	0	0
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,02	0,09	0,2	0,07	0,11	0,18

На основании представленной таблицы видно, показатели платежеспособности предприятия снижены относительно нормы – это свидетельствует о неустойчивом финансовом положении и что предприятие финансируется не за счет собственных финансовых средств.

Общий показатель платежеспособности характеризует способность организации погашать текущие обязательства за счёт оборотных активов. Нормальным считается значение коэффициента 1.5 - 2.5. В случае данной организации, значение ниже нормы (1,3 по всем годам) может говорить о нарастающем финансовом риске.

Коэффициент абсолютной ликвидности – это норма денежных резервов. Чем выше величина, тем больше гарантия погашения долгов. Значение данного коэффициента должно быть не ниже 0,2-0,7. В представленном периоде 2013-2015 гг. показатель уменьшается, что может привести к неплатежеспособности. Необходимо грамотно организовать приток и отток денежных средств.

Коэффициент критической оценки показывает, какая часть текущих обязательств можно погасить за счет поступлений по расчетам с дебиторами. Нормативное значение 1,5. Показатели за три года значительно ниже нормы. В 2013 и 2014 годах показатель равен 0,2. Что на 0,1 больше, чем в 2015 году.

Коэффициент текущей ликвидности позволяет установить, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, собрав все оборотные средства. Значение этого коэффициента должно быть не ниже 2. В нашем случае в 2013 году 1, в 2014 1,1 и в 2015г. 1,2. Наблюдается положительная тенденция, коэффициент текущей ликвидности увеличился в 2015 году относительно 2013 года на 0,2.

Коэффициент маневренности функционирующего капитала какая часть обездвижена в дебиторской задолженности. Показатель увеличивается. В 2015 году – 0,8, что на 0,71 больше, чем в 2013 году. Повышение показателя отрицательно отражается на состоянии предприятия.

Доля оборотных средств в активах на протяжении исследуемого периода не изменялась и составляет 0,9. Коэффициент обеспеченности собственными средствами, увеличивается ежегодно. С 0,02 в 2013 году, до 0,2 в 2015 году.

Характеристика финансовой независимости организации представлена в таблице 8.

Таблица 8

Анализ финансовой независимости ООО «АльфаРесурс» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение значений, +/-		
	2013	2014	2015	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013
Запасы и затраты (ЗЗ)	3950	4513	5697	563	1184	1747
Наличие собственных оборотных средств (СОС)	81	534	1080	453	546	999

Продолжение таблицы 8

Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов (функционирующий капитал) (КФ)	81	534	1080	453	546	999
Общая величина основных источников формирования запасов (ВИ)	4982	5390	6466	408	1076	1486
Излишек или недостаток СОС (ФС=СОС-ЗЗ)	-3869	-3979	-4617	-110	-638	-748
Излишек или Общая величина основных источников формирования запасов (ФТ=КФ-ЗЗ)	-3869	-3979	-4617	-110	-638	-748
Излишек или недостаток общей величины основных источников для формирования запасов (ФО=ВИ-ЗЗ)	1032	877	769	-155	-108	-263

Анализируя данные таблицы 8, мы в первую очередь рассматриваем показатели запасов и затрат. Показатель увеличивается, что говорит о нерациональной выбранной хозяйственной стратегии. Показатель в 2015 году составил 5697, что на 1747 больше, чем в 2013 году.

Увеличение собственных оборотных средств и функционирующего капитала говорит о растущей возможности погашать текущие обязательства. Самое большое значение в 2015 году – 1080 тыс. руб. Это на 546 тыс. руб. больше, чем в 2014 году, и на 999 тыс. руб. больше, чем в 2013 году.

Общая величина основных источников формирования запасов имеет тенденцию повышения - Показатель в 2013 году равен 4982 тыс. руб., тогда как в 2015 году уже 6466 тыс. руб.

Недостаток собственных оборотных средств ежегодно увеличивается. Показатель в 2013 году составил -3869 тыс. руб., в 2014 году – 3979 тыс. руб., в 2015 году - -4617 тыс. руб.

Общая величина основных источников формирования запасов имеет отрицательное значение по всем годам. Самое низкое в 2015 году составило - 4617 тыс. руб.

Излишек общей величины основных источников для формирования запасов самое высокое значение имел в 2013 году - 1032 тыс. руб., а в 2015 году показатель снизился до 769 тыс. руб.

Одним из главных итогов деятельности предприятия за отчетный период являются показатели рентабельности рассчитываемые как отношение полученной прибыли к затратам (расходам, финансовым вложениям средств) на ее получение. Динамика показателей рентабельности представлена ниже в таблице 9.

Таблица 9

Динамика показателей рентабельности ООО «Альфа Ресурс»  
за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013	2014 к 2013	2015 к 2014	2015 к 2013
Общая рентабельность	2,6	1,2	2,9	-1,4	1,7	0,3	46,1	241,7	111,5
Рентабельность продукции	3,3	2	4,1	-1,3	2,1	0,8	60,6	205	124,2
Рентабельность продаж	2,9	1,6	3,3	-1,3	1,7	0,4	55,2	206,25	113,7
Чистая рентабельность	2,3	0,9	1,9	-1,4	1	-0,4	39,1	211,1	82,6

Продолжение таблицы 9

Экономическая рентабельность	0,2	0,03	0,06	-0,17	0,03	-0,14	150	200	30
Рентабельность активов	0,2	2,9	4,2	2,7	1,3	4	1450	144,8	2100
Рентабельность собственного капитала	1,9	0,2	0,2	-1,7	0	-1,7	10,5	100	10,5
Рентабельность перманентного капитала	2,1	0,2	0,3	-1,9	0,1	-1,8	9,5	150	14,3

Анализируя показатели рентабельности представленных в таблице 9, можно сделать вывод, что на данном этапе организация ООО «Альфа Ресурс» является низкорентабельным. По некоторым показателем заметна положительная тенденция, таким как : общая рентабельность ( показатель 2015 года (2,9) повысился относительно 2013 года на 0,3); рентабельность продукции - абсолютное отклонение 2015 года (4,1) к 2013 году составило 0,8; возросла рентабельность активов – с 0,2 в 2013 году до 4,2 в 2015 году.

Рентабельность продаж увеличивается к 2015 году до 3,3. В 2014 году показатель самый низкий – 1,6. Чистая рентабельность снижается ежегодно. С 2,3 в 2013 году, до 1,9 в 2015 году. Экономическая рентабельность также снижается. Самый низкий показатель в 2014 году составил 0,03.

Рентабельность собственного капитала и рентабельность перманентного капитала уменьшается ежегодно, что может привести к негативным финансовым последствиям для организации.

Финансовое состояние организации отражает совокупностью показателей, процесс формирования и использования его финансовых средств. Финансовое состояние предприятия в итоге отражает результаты его деятельности. Именно конечные результаты деятельности организации интересуют собственников предприятия, налоговые органы.

Анализ деятельности коммерческого предприятия -это процесс, с помощью которого оценивается прошлое и текущее финансовое положение предприятия.

Стабильность организации напрямую зависит от чёткого и эффективного планирования им своей деятельности и грамотного руководства, своевременного анализа и оценки информации о состоянии финансово-хозяйственной деятельности. Анализ собственных возможностей и перспектив рынка сбыта, обеспечит доходность в будущем.

На основании проведенного анализа, в котором были рассмотрены экономические показатели ООО «АльфаРесурс» за 2013 - 2015 годы, финансовое состояние предприятия, показатели прибыли и рентабельности, а также рассчитаны коэффициенты, подтверждающие выводы о финансовой ситуации, сформировавшейся за анализируемый период, можно сделать обобщающие выводы и сформулировать соответствующие предложения по улучшению коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность организации в исследуемом периоде происходила в условиях общей экономической нестабильности – сложно прогнозируемой законодательной, налоговой и ценовой политики; кроме того, на деятельность рассматриваемого предприятия и ее результаты оказали влияние инфляционные процессы и снижение покупательской активности. Все эти факторы отрицательно отразились на результатах деятельности ООО «АльфаРесурс».

В рассматриваемом периоде наблюдалось увеличение удельного веса запасов, что свидетельствует:

- о стремлении защитить денежные средства от обесценивания под воздействием инфляции;
- о неэффективном управлении запасами.

По данным баланса, использованным при расчетах показателей ликвидности и платежеспособности, можно сделать вывод о том, что соответствующие показатели не во всех случаях соответствуют

нормативным значениям и поэтому организация финансово не устойчива, что может привести к возможной неплатежеспособности.

Анализ состава и структуры баланса позволяет дать удовлетворительную оценку финансового состояния организации. В процессе построения сравнительного аналитического баланса выявлены следующие положительные тенденции:

- увеличение собственного капитала;
- рост внеоборотных активов;
- показатели рентабельности выше нуля, что говорит о наличии прибыльности организации.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что оценка и анализ эффективности торговой деятельности имеет очень важное значение, поскольку только на основе анализа можно вовремя выявить проблемы в финансовой структуре организации и предпринять методы повышения эффективности коммерческой деятельности.

Таким образом, данному предприятию необходимо предпринять ряд мер, направленных на улучшение финансового состояния. Соответствующие меры будут представлены в следующей главе.



### **Глава 3. Рекомендацию по повышению эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»**

#### **3.1. Мероприятия по снижению дебиторской и кредиторской задолженности ООО «АльфаРесурс»**

Трудно представить организацию, у которой бы отсутствовали долги перед поставщиками. При грамотном распределении финансов на предприятии кредиторская задолженность имеет шанс стать вспомогательным, и дешевым источником привлечения заёмного капитала. В зависимости от того, как происходит взаимодействие с контрагентами, регулируются условия договора, сроком оплаты и поставки, зависит будет ли достигнута высокая эффективность использования в распоряжение полученных средств.

Чтобы финансовое состояние ООО «АльфаРесурс» приобрело характер стабильности, необходимо погасить часть кредиторской задолженности путем погашения дебиторской задолженности в размере 712 тыс.руб. Следуя представленным ниже рекомендациям предприятие получит возможность рассчитаться с поставщиками продукции а также произвести выплаты по заработной плате сотрудникам.

Дебиторская задолженность – важная составляющая денежных средств находящихся в обороте. Задолженность за товары и услугу, вовремя не погашенная, - является фактором появления дебиторской задолженности.

Разработаны следующие меры по улучшению состояния расчетов:

1. Необходимо внедрить систему по взысканию долгов. В процессе решения проблемы дебиторской задолженности организации как можно эффективнее воздействовать на дебиторов. Для этого можно прибегнуть к таким мерам воздействия как: направление писем, обзванивать организации, нанести персональный визит или продать задолженность специализирующимся организациям;

2. Собрать информацию о состоянии дел клиентов фирмы;

3. Для подтверждения действительности взыскания долгов с клиентов требуется проверить, существуют ли соответствующие документы сверки расчетов и расписки, в которых дебиторы признают наличие своей задолженности, не истекли ли сроки давности исков. Задолженности, взыскать которые не представляется возможным, создать резерв по сомнительным долгам. Если оправдательные документы присутствуют, то неоплаченные долги погасить списанием их на убытки организации как дебиторскую задолженность с истекшей исковой давностью. Для эффективного управления дебиторской задолженностью полагается осуществлять строгий контроль выполнения обязательств по договорам;

4. Требуется составление платёжного календаря с разбиением на кварталы по дебиторской и кредиторской задолженности. Рекомендуется составить «Календарь взыскания задолженностей». По текущей дебиторской задолженности платёж относится в календарь в суммах и в сроки, обозначенные в договоре с контрагентами. Платежи по просроченной дебиторской задолженности располагаются в соответствующем плановом документе заранее согласованном. В календарь взыскания задолженности у дебиторов содержится один раздел «График поступления денежных средств». Для отображения реального оборота денежных средств организации датой, когда зачислены средства, считать день их начисления на расчетный счет предприятия. Проведение данного мероприятия обязательно;

5. Предоставление юристу списки должников, которые просрочили выплаты;

6. Каждый месяц контролировать исполнение договорных обязательств клиентов по отчетным данным бухгалтерии;

7. Оформление исковых требований по списанию долгов с дебиторов по документам, предоставленным отделом бухгалтерии;

8. Ежемесячная сверка расчетов (предъявленная сумма и оплата) по всем организациям, с целью контролирования задолженности у дебиторов;

9. Для способствования снижения кредиторской задолженности: ориентируясь на проведенный анализ и экономически обоснованных расчетов, создать долгосрочную стратегию по аккумулированию средств и привлечь источники финансирования;

10. Установление скидок клиентам за расчеты в минимальные сроки - спонтанное финансирование.

Проанализируем варианты спонтанного финансирования. Произведем выявление издержек альтернативных возможностей. Если результат превышает ставку банковского процента, то рационально будет взять кредит в банке и произвести оплату за товары в течение установленного срока.

Можно говорить о том, что рассматриваемой организации ООО «АльфаРесурс» - не выгодно предоставлять скидку на длительный срок. Однако, повышение периода выплаты способствует привлечению клиентов. Упущение выгоды продавца (скидки) можно рассматривать, как победу в борьбе за потребителя.

Главной задачей предприятия является уменьшение дебиторской задолженности и, таким образом, форсирование оборачиваемости товарооборота. Предоставление большой процентной скидки за меньший период для завлечения полученных средств оборот будет более предпочтительно. Но есть вероятность, что должников ООО «АльфаРесурс» будут привлекать достаточно длительные сроки льготного периода.

Рассмотрим несколько возможных вариантов скидок. Уровень банковского процента примем 19% годовых.

Возьмём три вариант предоставления скидки:

1. 3% на срок 10 дней при максимальной отсрочке выплаты 30 дней;
2. 5% на срок 15 дней при максимальной отсрочке выплаты 35 дней;
3. 8% на срок 20 дней при максимальной отсрочке выплаты 40 дней.

Расчет будет производиться по формуле (3.1):

$$\text{ЦОС} = \frac{\text{скидка, \%}}{100\% - \text{скидка, \%}} \times 100\% \times \frac{360 \text{ дней}}{\text{макс.отсрочка} - \text{срок выплаты}} \quad (3.1)$$

Где, ЦОС – цена отказа от скидки.

Используя формулу (3.1) выполняем расчеты:

$$1. (3\% / (100\% - 3\%)) \times 100\% \times (360 / (30-10)) = 55\%$$

$$2. (5\% / (100\% - 5\%)) \times 100\% \times (360 / (35-15)) = 95,4\%$$

$$3 (8\% / (100\% - 8\%)) \times 100\% \times (360 / (40-20)) = 156,\%$$

Оценивая полученные результаты (55%, 95,4%, 156%) можно судить о том, что банковская ставка намного ниже. Соответственно, для покупателя будет выгодно кредитом в банке и выплатить долг в минимальный срок, чем тянуть до последнего и не получить скидку.

Рассчитанная цена отказа от скидки превышает стоимость банковского кредита и очень выгодна дебиторам, кредиторам она менее выгодна. Но как отмечать выше, увеличение льготного периода способствует привлечению покупателей.

Исходя из этого, привлекательнее остальных можно считать первые два условия спонтанного финансирования:

-Скидка №1. Уровень банковского процента – 19% годовых. Цена отказа от скидки при этом составляет 55%.  $(55\% - 19\%) = 36\%$ . Т.е отказ от скидки в данном случае обойдется на 36 процентных пункта дороже банковского кредита.

-Скидка №2. Цена отказа от скидки составляет 95,4%.  $(95,4\% - 19\%) = 76,4\%$ . Т.е. при таком расчете отказ от скидки обойдется на 76 процентных пункта дороже банковского кредита.

Более выгодным представляется первый вариант спонтанного финансирования с меньшим сроком платежа. При таком варианте произведем расчет экономического эффекта, полученного от уменьшения дебиторской задолженности при учете использования скидки 5%:

$$\text{Эфф} = \text{ДЗ} - \text{ЗСК} - \text{ЗДЗ} \quad (3.2)$$

Где, Эфф – экономический эффект от снижения дебиторской задолженности;

ДЗ – дебиторская задолженность;

ЗСК – потери от скидки;

ЗДЗ – произвольные затраты по организации кредитования покупателей.

Формула расчёта потери от скидки представлена ниже:

$$\text{ЗСК} = \text{ДЗ} \times \text{скидка, \%} \quad (3.3)$$

Используя формулу (3.3)  $\text{ЗСК} = 712 \text{ тыс. руб.} \cdot 0,05 = 35,6 \text{ тыс. руб.}$

По формуле (3.2)  $\text{Эфф} = 712 \text{ тыс. руб.} - 35,6 \text{ тыс. руб.} - 10 \text{ тыс. руб.} = 666,4 \text{ тыс. руб.}$

Таким образом, эффект предприятия при предоставлении в 15-дневный срок скидки 15%, составит 666,4 тыс.руб.

Рассматриваемому предприятию также рекомендовано, для достижения эффективных результатов, нанять в штат сотрудниками, в обязанности которого будет входить управление дебиторской задолженностью.

Работник должен будет представлять в базу данных собранную информацию о клиентах. В системе будет отображена информация о контрагентах, не выполняющих договорные обязательства. Система будет рассчитывать балльные оценки надежности клиента на основании оценочных данных работы с ним.

Выделяются следующие группы контрагентов по уровню надежности:

1. группа риска;
2. группа повышенного внимания;
3. надежные клиенты;
4. клиенты с привилегиями

Анализ надежности клиентов основывается на протяженности всех сроков взаимодействия, объема проданных товаров клиенту в денежном эквиваленте и объема просроченной задолженности данного клиента на конец периода. В должностную инструкцию будут внесены эти обязанности сотрудника. Специалист в организационной структуре будет подчиняться

главному бухгалтеру организации. Проанализируем расходы, связанные с этой рекомендацией (таблица 10).

Таблица 10

Затраты по найму специалиста управления денежными потоками

Показатель	В месяц, тыс. руб.	В год, тыс. руб
1. Приобретение компьютера	-	25
2. Покупка стола	-	4,5
3. Амортизация (10%)	-	3,4
4. Заработная плата	18	216
5. Отчисления во внебюджетные фонды (26%)	4,7	56,4
Всего:	22,7	305,3

Таким образом, повышение эффективности структуры управления денежными потоками обойдется организации в 305,3 тыс. руб.

Затраченные денежные затраты можно считать приемлемыми, т.к. результат работы данного сотрудника станет максимальное использование возможностей сокращения финансового цикла и получение дополнительного дохода от временно освободившихся денежных средств за счет:

1) Сокращения суммы дебиторской задолженности. Используя такие мероприятия по сокращению дебиторской задолженности, как отслеживание сальдо по каждому счету дебитора для того, чтобы оперативно предотвратить поставку продукции должнику, оценка финансовое состояние контрагентов, которым предоставляется отсрочка платежа;

2) сокращения периода инкассации: за счет снижения суммы дебиторской задолженности;

3) инвестирования свободных денежных средств и т.д.

Для того чтобы работа специалиста по управлению денежными потоками была более эффективной, необходимо, чтобы он работал в комплексе с бухгалтерией и финансово-экономическим отделом.

Итак, рассчитаем экономический эффект от предложенных мероприятий, таких как: предоставление скидок и введения должности специалиста по управлению дебиторской задолженностью.

$$\text{Эф} = \text{Эфф} - \text{ЗНС} \quad (3.4)$$

Где ЗНС - затраты, связанные с наймом специалиста.

$$\text{Эф} = 666,4 - 305,3 = 361,1 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, от предложенных мероприятий по дебиторской задолженности, экономический эффект на данном предприятии составит 361,1 тыс.руб.

На сегодняшний день маркетинговая деятельность, ООО «АльфаРесурс» отсутствует. Средства для рекламы не выделялись. Руководству будет рекомендовано обратиться в рекламное агентство для привлечения дополнительных клиентов и, соответственно, для роста товарооборота фирмы.

Предприятию рекомендуется поставить цель – увеличение товарооборота на 10% за счёт привлечения новых потребителей.

Ориентируясь на отчётные данные 2015 года – товарооборот составил 13264 тыс. руб. Прогнозируемый товарооборот в 2016 году с учетом рекламной кампании может составить :  $13264 \times 1,1 = 14590,4$  тыс. руб.

На сегодняшний день маркетинговая деятельность, ООО «АльфаРесурс» отсутствует. Рекламная кампания «АльфаРесурс» должна включать в себя следующие формы рекламы: регулярное участие в выставках и тендерные торги. Оценим величину затрат на предлагаемые мероприятия (таблица 11).

Данные формы реклам были выбраны, так как считаются наиболее действенными формами привлечения покупателей. Согласно исследованиям, результаты, которых представлены на сайте Федеральной службы

государственной статистики по Белгородской области, повышение розничного товарооборота от 5% до 15% происходит в результате грамотно проведенной рекламной кампании. Ввиду того, что товарооборот у ООО «АльфаРесурс» небольшой, за основу возьмём средний показатель – 10% в год. Расходы на рекламную кампанию представлены в таблице 11.

Таблица 11

Расходы на рекламную кампанию

Форма рекламы	Расходы на месяц, тыс. руб.	Расходы за год, тыс. руб.
1.Тендерные торги	8	96
2Участие в выставке (2 раза в год)	20	50
Всего:	28	146

Возможная величина повышения выручки, если брать показатель 2015 года за исходный, может составить около 1326,4 тыс. руб. ( $13264 \text{ тыс.} \times 0,1 = 1326,4 \text{ тыс. руб.}$ ). Следовательно, сумма чистого эффекта от проведения рекламной кампании достигнет 1180,4 тыс. руб. ( $1326,4 \text{ тыс. руб.} - 146 \text{ тыс. руб.} = 1180,4 \text{ тыс. руб.}$ ). В таблице 12 представлен итог от проведения всех предложенных мероприятий.

Таблица 12

Результат экономической эффективности от предлагаемых мероприятий

Предлагаемые мероприятия	Сумма, тыс. руб.
1.Скидка по дебиторской задолженности; наём в организацию сотрудника по контролю за дебиторской задолженности	361,1
2.Проведение рекламной кампании	1180,4

Вследствие рекомендаций, изложенных в этом разделе, учитывая повышение прогнозируемой выручки от введения новых видов рекламы, уменьшения дебиторской задолженности, ожидается повышение финансового состояния организации.



### **3.2 Рекомендации по созданию собственного Интернет-сайта**

Для любого предприятия, занимающегося оптовой или розничной торговлей важно обеспечить осведомленность потенциальных клиентов. Нужно стремиться, чтобы определенный процент целевой группы был наслышан о существовании организации, ее товарах и услугах, а также их полезности. Знание о фирме, товаре приобретается клиентом в результате целенаправленного информирования о специфике деятельности предприятия и его возможностях. Каналов представления предприятия достаточно много, но на сегодняшний день, в связи с высокой конкуренцией, каждая коммерческая фирма, старается заявить о себе в сильнейшем современном информационном пространстве Интернет.

ООО «АльфаРесурс» на сегодняшний день не имеет собственного интернет-сайта и не ведет деятельность в области электронного обеспечения продаж, поэтому следует рекомендовать предприятию разработать проект собственного интернет-сайта и организовать деятельность по электронной продаже товаров. Конечной целью проекта должна стать действующая и эффективная комплексная система Интернет — продвижения, включающая в себя многофункциональный сайт, Интернет-рекламу, деятельность в рамках информационных и торговых бизнес - порталов.

Разработка и внедрение интернет - магазина ООО «АльфаРесурс» будет проходить в несколько этапов:

— предпроектный аудит. На первом этапе компания-разработчик, совместно с заказчиком, определяет цели и задачи проекта, проводит маркетинговое исследование. Исходя из результатов исследования, определяются функциональные возможности будущего интернет - магазина, требования к дизайну, методы последующего продвижения на рынке;

— выбор решения. На данном этапе согласуется с заказчиком оптимальное программное решение, которое позволит успешно удовлетворить все поставленные перед интернет - магазином нужды;

— разработка технического задания. От качества выполнения технического задания будет зависеть дальнейший результат всей последующей работы;

— разработка дизайна. В результате реализации данного этапа формируются внешний вид, цветовая гамма, навигация и основные функциональные блоки сайта. Необходимым условием при разработке дизайна интернет-сайта является соответствие общему фирменному стилю предприятия;

— вёрстка. На данном этапе дизайн интернет - магазина разбивается на блоки, которые в дальнейшем подключаются к созданному движку интернет магазина. Именно от неё зависит, как будет выглядеть интернет-магазин, насколько корректно будет отображаться браузером сайт, а так же будет ли сайт доступен абсолютно всем пользователям сети Интернет;

— тестирование проекта. После выполнения всех заявленных работ по проектированию и разработке сайта проводится его окончательное тестирование работоспособности на ранее сформированной товарной базе. Все выявленные в ходе тестирования ошибки и недочёты немедленно устраняются в рамках технического задания;

— сдача проекта. Включает в себя демонстрацию заказчику всех возможностей, ранее описанных в техническом задании проекта.

Далее рассмотрим структурную схему проектируемого интернет - магазина.

При помощи браузера покупатель заходит на web-сайт интернет-магазина. Сайт содержит электронную витрину, на которой представлен каталог реализуемых электротоваров и необходимые элементы интерфейса для ввода регистрационной информации, формирования заказа, оформления

доставки, проведения платежей, а также получения необходимой информации о компании-продавце.

Регистрация покупателя производится либо при оформлении заказа, либо при входе в магазин. После выбора товара ему необходимо заполнить форму, в которой указывается, каким образом будет осуществлена оплата и доставка. С целью защиты персональной информации взаимодействие должно осуществляться по отдельному защищенному каналу типа SSL.

По завершении формирования заказа вся собранная информация о покупателе с электронной витрины поступает в торговую систему интернет - магазина, где осуществляется проверка наличия товара на складе, инициируется запрос к платежной системе. При отсутствии товара на складе в момент проверки, система автоматически направляет запрос поставщику, а покупателю сообщается о времени ожидания товара.

В случае если оплата осуществляется при передаче товара покупателю, требуется подтверждение факта заказа. Чаще всего это происходит посредством телефонных переговоров или электронной почты.

Система электронной торговли подразделяется на три основных элемента:

- интернет-магазин с электронной витриной и торговой системой;
- система оплаты необходимого товара;
- система доставки оплаченного товара.

Рассмотрим каждую из этих составляющих более подробно.

Web-витрина представляет собой совокупность каталога, системы навигации и оформления заказа с последующей передачей менеджеру для дальнейшей обработки. На этом этапе работа с заказом переходит к менеджеру по продажам.

К основным функциям проектируемого интернет - магазина относятся:

- информационное обслуживание покупателя;
- обработка заказов;
- проведение платежей;

— сбор и анализ различной статистической информации.

Рассмотрим представленные функции подробно.

Информационное обслуживание покупателей включает в себя следующие элементы:

— работа с каталогом товаров;

— работа с дополнительной справочной информацией;

— работа с виртуальной корзиной, включающая процедуру регистрации.

В процессе выбора товара формируется список отобранного товара, отображенный в виде виртуальной корзины. Любой товар по желанию покупателя может быть в любой момент изъят, как и в случае с реальной корзиной, с последующим пересчетом общей стоимости покупки. После окончания выбора товара наступает момент оформления заказа с определением метода оплаты и доставки товара до покупателя. В тех случаях, когда выбор условий доставки произведен покупателем заранее, ее стоимость может сразу учитываться при расчете общей стоимости покупки.

Процесс обработки заказа начинается с проверки наличия товара и резервирования его на складе. При отсутствии части заказа система информирует покупателя о возможной задержке. Затем инициируется запрос к выбранной платежной системе и при подтверждении оплаты происходит оформление заказа на доставку товара.

Оплата товара осуществляется двумя вариантами:

— предварительная оплата. К варианту предварительной оплаты можно отнести различные схемы, связанные с резервированием суммы покупки на счете покупателя с действительным переводом средств только после осуществления доставки (так называемые защищенные сделки);

— оплата в момент его получения (при доставке курьером, по почте наложенным платежом или визите покупателя в функционирующий торговый зал).

Существуют следующие способы осуществления платежей:

- банковский перевод. Путем перечисления средств на расчетный счет электронного магазина;
- наложенным платежом в почтовом отделении при получении товара согласно действующим почтовым правилам;
- оплата наличными денежными средствами курьеру при доставке товара или при визите покупателя в функционирующий торговый зал;
- при помощи платежных систем Интернета;
- почтовым переводом.

Доставка товара. Существуют следующие способы доставки купленных товаров до покупателя:

- собственной курьерской службой магазина или при помощи профессиональной курьерской службы;
- почтой (по предоплате или наложенным платежом);
- международной почтовой службой;
- самовывозом;

Принимать оплату виртуальной покупки предприятие может, используя банковский перевод или наличный расчет.

Расходы по созданию и размещению сайта в сети Интернет.

Будущий сайт планируется разработать на платформе бесплатного программного продукта WebSite X5 Free 10 – программа по созданию HTML сайта. Для составления сметы сайта необходимо будет рассчитать такие показатели как: расходы по электроэнергии, расходы по размещению в сети интернет (хостинг), заработная плата программисту и прочие всевозможные расходы на канцелярские товары, и расходные материалы для компьютера. Так же учитывать стоимость аренды помещения, амортизации компьютеров и оргтехники. В таблице 13 отображены первоначальные затраты

Расчет электроэнергии для девятичасового рабочего дня.

Для организаций  $1 \text{ кВт/ч} = 2,90$

В месяц  $2,90 \times 428,4 = 1242,4$  рублей.

В сети Web-сайт планируется разместить на ресурсах провайдера города Белгород «NetByNet», что будет гарантией стабильного обслуживания.

Таблица 13

Первичные затраты на создание сайта

Наименование	Количество	кВт/час	кВт/сутки (приблизительно)	кВт/месяц
Компьютер	1	0,13	1,35	40,5
Световое оснащение	2	0,36	7,73	231,9
Сплит	1	0,6	5,2	156
Всего:	4			428,4

Оплата труда наёмному сотруднику по созданию сайта составляет 15000 руб. Ежемесячные затраты на поддержание стабильной работы сайта приведены в таблице 14.

Таблица 14

Ежемесячные затраты на работу сайта.

Наименование	Сумма, руб.
Оплата труда программиста	15000
Электроэнергия	1242,4
Хостинг	1200
Интернет	500
Прочие расходы	750
Итого:	18692,4

$R_{\text{Пост}} = 18692,4$  постоянные ежемесячные расходы.

Помещение и оборудование есть в наличии у ООО «АльфаРесурс», далее рассчитываем годовую сумму амортизационных отчислений.

Годовая сумма амортизационных отчислений рассчитывается по формуле 3.5.

$$A = \frac{(\Phi \times Na)}{100\%} \quad (3.5)$$

Где,  $\Phi$  - первоначальная стоимость основных фондов по видам, руб.;

$N_A$  - норма амортизации по видам основных фондов, в %.

Сумма амортизационных отчислений в год представлена в таблице 15.

Таблица 15

Годовая сумма амортизационных отчислений

Основные фонды	Кол-во	Цена, руб.	Сумма за год, руб.	Норма амортизации, %	Амортизационные отчисления, руб.
Компьютер	1	25000	25000	20%	5000
Сплит система	1	15000	15000	20%	3000
Помещение	21м <sup>2</sup>	6000	72000	4%	2880
Всего:					10880

Следовательно, годовая сумма амортизационных отчислений составляет 10880 рублей.

Так как на создание информационного ресурса, т.е. сайта, понадобится 10 дней, будем рассчитывать амортизацию оборудования за этот период по формуле 3.6.

$$A = A_{\text{год}} \times T_{\text{факт}} \div 360$$

(3.6)

Где,  $T_{\text{факт}}$  – количество дней на создание сайта.

Рассчитаем сумму амортизационных отчислений для перечисленной группы оборудования с учетом числа календарных дней на разработку сайта по формуле (3.6).

$$A = 10880 \times 10 / 360 = 302,2 \text{ руб.}$$

Оплата труда программиста составляет 15000 руб. Соответственно, расходы на оплату труда включаются в себестоимость сайта, с учетом работы над сайтом в течение 10 дней составят по формуле 3.7.

$$Z_{\text{п}} = Z_{\text{мес}} \times T_{\text{факт}} \div Д \quad (3.7)$$

Где,  $Z_{\text{п}}$  – заработная плата за 10 дней;

$Z_{\text{мес}}$  - заработная плата в месяц сотрудника, руб.;

$T_{\text{факт}}$  – кол-во дней на создание сайта;

Д - число рабочих дней в месяце.

$$ЗП = 15000 \times 10 / 22 = 6818 \text{ руб.}$$

Отчисления по социальному страхованию составят 26%.

Следовательно, размер отчислений равен 1772,68 руб. ( $0,26 \times 6818 \text{ руб.} = 1772,68$ ).

Ежемесячные материальные затраты представлены в таблице 16.

Таблица 16

#### Расчет ежемесячных материальных затрат

Наименование	Сумма, руб. в месяц
Электричество	1242,4
Хостинг	1200
Интернет	500
Прочие расходы	750
Итого:	3692,4

Затраты составили 3692,4 рубля в месяц.

Рассчитаем затраты в период создания сайта по формуле 3.8.

$$З_{тр} = З_{м} \times T_{факт} \div Д \quad (3.8)$$

Где,  $Z_m$  - ежемесячные затраты, руб.;

$T_{факт}$  - число дне на создание сайта;

Д - число дней в периоде (месяц).

$$З_{тр} = 3692,4 \times 10 \div 22 = 1678,4 \text{ руб.}$$

Произведем расчёт себестоимости разработки сайта по формуле 3.9

$$C_{ст} = З_{тр} + ЗП + Отч + А \quad (3.9)$$

Где, С - себестоимость разработки программы;

Отс – отчисления социального страхования.

$$C = 1678,4 + 6818 + 1772,68 + 302,2 = 10571,28 \text{ рублей.}$$

Рассчитанная себестоимость является приблизительной, так как в ней не учтены некоторые детали, которые существенно не повлияют на результат.

$$C \approx 12000 \text{ рублей.}$$

Нормальный уровень рентабельности составляет 20%, соответственно можно посчитать цену проекта по формуле 3.10.



$$Ц = C + (C \times R \div 100\%) \quad (3.10)$$

где C - себестоимость разработки сайта;

R - планируемый уровень рентабельности.

$$Ц = 12000 + 12000 \times 20 / 100 = 14400 \text{ рублей.}$$

Так как помещение и оборудование уже имеется в наличии у ООО «АльфаРесурс», на внедрение программного продукта составят 14400 рублей.

Предполагается, что самоокупаемость интернет - сайта при ежемесячных затратах в 18692,4 рублей произойдет уже при увеличении товарооборота на 20% прибыли на 6% (формула 3.11).

$$П = (Тоб_н + Тоб_н \times Тоб_\% ) \times П_\% \quad (3.11)$$

Где, П - предполагаемая прибыль;

Тоб<sub>н</sub> - базовый вариант товарооборота;

Тоб<sub>%</sub> - предполагаемый процент прироста товарооборота;

П<sub>%</sub> - предполагаемый прирост прибыли.

$$П = (400000 + 400000 \times 20 / 100) \times 6 / 100 = 28800 \text{ руб}$$

Так как продажи строительных материалов в компании составляют примерно 80% от общего товарооборота, соответственно самоокупаемость сайта произойдет при приросте товарооборота на 10% и приросте прибыли на 25%.

$$П_1 = (100000 + 100000 \times 10 / 100) \times 25 / 100 = 27500 \text{ руб.}$$

Поэтому полная окупаемость Web-сайта с учетом затрат на внедрение произойдет за 1,5 месяца.

Таким образом, произведенные расчеты подтверждают предположение о том, что получение прибыли сайта ожидается со второго месяца после начала его деятельности.

В данной главе были представлены такие мероприятия, направленные на повышение эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс», как:

- снижение дебиторской задолженности за счет предоставления скидок покупателям;

- составление календаря выплаты задолженностей;

- предложение нанять сотрудника, который будет отслеживать выплаты дебиторов, и предоставлять соответствующую информацию руководству;

- рекламная кампания для привлечения потенциальных клиентов;

- создание собственного интернет-сайта.

Разработанные мероприятия будут предоставлены организации ООО «АльфаРесурс». Руководство предприятия сможет воспользоваться ими по своему усмотрению. Рекомендации направлены на повышение коммерческой эффективности в условиях деятельности организации, уменьшить зависимость предприятия от внешних кредиторов и инвесторов. Улучшению финансового состояния и привлечению новых постоянных клиентов будут способствовать комплексные меры.

## Заключение

Работа предприятия, в условиях перехода к рыночной экономике, связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Использование прибыли в качестве основного оценочного показателя способствует росту объема производства и реализации продукции, повышению его качества, улучшению использования имеющихся производственных ресурсов.

Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее распределения, в соответствии с которой повышается заинтересованность предприятий в увеличении не только общей суммы прибыли, но и особенно той ее части, которая остается в распоряжении предприятия и используется в качестве главного источника средств, направляемых на производственное и социальное развитие, а также на материальное поощрение работников в соответствии с качеством затраченного труда.

ООО «АльфаРесурс» ведет свою деятельность на основании и в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и действует на основании Устава, утвержденного решением Общего собрания учредителей.

Организация осуществляет розничную продажу такой продукции как, автомобильные детали, узлы и принадлежности; бытовые электротовары, радио и телеаппаратура; неэлектрические бытовые товары; лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование; электронное и электрическое оборудование; машины и оборудование для строительства; прочие промежуточные продукты.

Торговля ООО «АльфаРесурс» осуществляется через каталоги.

Выявлены следующие недостатки в эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс»:

1. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности имеет непостоянный характер - это отмечается низким показателем в 2013 году – 479,5 тыс. руб., далее в 2014 году значение увеличивается на 287 тыс. руб. и немного снижается в 2015 году – 685 тыс. руб. Так как, значение показателя

остается высоким, а выручка снижается, можно говорить о том, что операционные риски организации растут;

2. Коэффициенты, отображающие финансовое состояние предприятия, практически по всем значениям находятся ниже нормы, что может привести к неблагоприятным последствиям для предприятия;

3. На основе сопоставления групп активов с соответствующими группами пассивов можно говорить о том, что баланс предприятия неликвиден;

4. Общий показатель платежеспособности характеризует способность организации погашать текущие обязательства за счёт оборотных активов. Нормальным считается значение коэффициента 1.5 - 2.5. В случае данной организации, значение ниже нормы (1,3 по всем годам) может говорить о нарастающем финансовом риске;

5. При анализе финансовой независимости было выявлено, что показатели затрат и запасов находятся на высоком уровне, что говорит о нерациональной выбранной хозяйственной стратегии;

6. Показатель рентабельности продаж увеличивается с каждым годом, но всё равно далёк от нормативного значения - 8% для оптовой и розничной торговли, тогда как показатель за 2013 год составил всего 2,9%, в 2014 году произошло снижение до 1,6%, но в 2015 году произошло увеличение до 3,3%. Необходимо повышение эффективности управления организацией;

7. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности имеет динамику повышения. В 2013 году 3076,5 тыс. руб., в 2014 году увеличение на 1802 тыс. руб. и в 2015 году среднегодовая задолженность перед кредиторами составила 5120,5 тыс. руб. Увеличение данного показателя произошло на фоне увеличения запасов организации. Следовательно, делаем вывод, что скорее всего купленные запасы были приобретены с отсрочкой платежа и срок выплат на момент составления отчетности не наступил;

Но необходимо отметить, что имеются и положительные тенденции:

- После 2014 года отмечается увеличение таких показателей, как прибыль от продажи продукции, чистая прибыль, прибыль на одного работника организации, балансовая прибыль;

- Увеличение коэффициента ликвидности в 2015 году относительно предыдущих лет;

- Увеличение собственных оборотных средств и функционирующего капитала говорит о растущей возможности погашать текущие обязательства. Самое большое значение в 2015 году – 1080 тыс. руб. Это на 546 тыс. руб. больше, чем в 2014 году, и на 999 тыс. руб. больше, чем в 2013 году.

В целях совершенствования эффективности коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс» были предложены следующие рекомендации:

- снижение дебиторской задолженности за счет предоставления скидок клиентам;

- составление календаря выплаты задолженностей;

- предложение нанять сотрудника, который будет отслеживать выплаты задолженностей дебиторов, и предоставлять соответствующую информацию руководству;

- рекламная кампания для привлечения потенциальных клиентов;

- создание собственного интернет-сайта.

Данные пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «АльфаРесурс» были разработаны для повышения эффективности и увеличения товарооборота организации. Рекомендации приняты во внимание ООО «АльфаРесурс», в настоящее время производится внедрение предложенных мероприятий.

Цели проведения дипломной работы были достигнуты за счет выполнения поставленных задач исследования.

## Список использованных источников

1. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Текст] Части первая, вторая и третья: по состоянию на 1 февр. 2005 г : офиц. текст / М-во юстиции Рос. Федерации. – М. : Юрайт, 2005. – 480 с. – (Правовая б-ка).
2. Конституция Российской Федерации [Текст] : офиц. текст. – М.: Юристъ, 2005. – 63 с.
3. Об упорядочении государственной регистрации предприятий и предпринимателей на территории Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 8 июля 1994г. № 1482 // Собрание законодательства Российской Федерации - 1994, № 11, ст.1194
4. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. - СПб. [Текст]: Изд. Михайлова, 2012. – 475с.
5. Артамонова Л.И. Организация торговли.- М.[Текст]: Экономика, 2011.-345с.
6. Аванесов Ю.А., Ключко А.Н., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке товаров и услуг: Учебник для вузов. М.[Текст]: ТОО “Люкс-арт”, 2012.
7. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. –М. [Текст]: Книжный мир, 2014.
8. Брагин Л.А. Организация коммерческой деятельности. – М.[Текст]: Издательский центр «Академия», 2014
9. Бувальцева, О.В Экономический анализ [Текст]: учебное пособие / В.И. Бувальцева, О.В. Глушакова – Кемерово ; Кемеровский государственный университет, 2015. – 360 с.
10. Валевиц Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. - Минск [Текст]: Высшая школа, 2012. - 321 с.

- 11.Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология [Текст]: учебное пособие / А. С. Вартанов. – М.: Изд-во Финансы и статистика, 2014. – 326 с.
- 12.Гребнев А.И. Экономика торгового предприятия. [Текст]- М., 2012. - 365 с.
13. Дашков Л. П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. - М. [Текст]: Маркетинг, 2014. - 448с.
14. Дыбаль, С.В. Финансовый анализ: теория и практика [Текст]: Учебное пособие/ С.В. Дыбаль - СПб.: Изд-во «Бизнес-пресса», 2013. - 148 с.
- 15.Казак, А.Ю., Марамыгин М.С., Веретенникова О.Б. Денежное хозяйство предприятий: [Текст]: Учебник для вузов/ А.Ю. Казак, М.С. Марамыгин - М.: Изд-во Экономистъ, 2013 - 464 с.
- 16.Калиева, О. М. Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности [Текст]:/ учебное пособие/ О. М. Калиева, М. С. Разумова, И. М. Дергунова – Казань: Изд-во Бук, 2014. -200 с.
- 17.Канке, А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие/ А.А. Канке, И.П. Кошечая - М.: Изд-во ИНФРА-М, 2014 - 280 с.
- 18.Колчина, Л.М. Финансы предприятий [Текст]: учебное пособие для вузов/ Л.М. Колчина - М.: Изд-во ЮНИТИ - ДАНА, 2012. - 447 стр.
19. Лытнев, О.А. Основы финансового менеджмента [Текст]: учебное пособие для вузов/ О.А. Лытнев - Калининград.: Изд-во ИНФРА - М, 2014. - 336 с.
- 20.Мазурова, И.И. Анализ эффективности деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие/ И.И. Мазурова - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 113 с.
- 21.Макарьева, В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организаций [Текст]: учебное пособие / В.И. Макарьева, Л.В. Андреева; под общ. ред. В.И. Макарьевой. – М.: Изд-во Финансы и статистика, 2014.-240 с.

22. Минько, Э.В. Основы коммерции [Текст]: учебное пособие/ Э.В. Минько, А.Э. Минько – СПб.: Изд-во Питер, 2012.-336 с.

23. Орлов, С.Л. Коммерция [Текст]: учебное пособие/ С.Л. Орлов – М.: Изд-во Форум, 2013. – 160 с.

24. Памбухчиянц, В.К. Организация и управление коммерческой деятельностью [Текст]: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В.К. Памбухчиян - М.: Изд-во «Дашков и К», 2015. — 400 с.

25. Петров П.В. Экономика и организация товарного обращения: Учебник. - М. [Текст]: ИНФРА-М, 2011. - 244с.

26. Пожидаева Т.А. Анализ финансовой отчетности[Текст]/ Т.А. Пожидаева – М.: КНОРУС, 2013. – 320 с.

26. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. - М. [Текст]: ИНФРА - М, 2014. – 248с.

27. Попов В.М., Кураков Л.П., Ляпунов С.И., Мингазов Х.Х. "Бизнес-план: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация". М. [Текст]: Финансы и статистика, 2014. - 112 с.

28. Поршнева, А.Г. Управление организацией [Текст]: учебное пособие для вузов/ А.Г. Поршнева. - М.: Изд-во ИНФРА-М, 2013. - 279 с.

29. Почекутов М.П. Оценка реальной ликвидности активов предприятия [Текст]/ М.П. Почекутов - Финансовый менеджмент, 2011. – №4.

30. Пятов М.Л., Анализ платежеспособности организации [Электронный ресурс]/М.Л.Пятов-<http://www/buh.ru/document-643>, 2014г.

31. Райзберг, Б.А Курс экономики [Текст]: учебник / Б.А. Райзберг, Е.Б. Стародубцева - М.: Изд-во ИНФРА-М, 2014. - 686 с.

32. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. - М. [Текст]: Юрист, 2013. - 659 с.

33. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.[Текст]: Кнорус, 2011. – 346с.

34. Строков В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. - М. [Текст]: ХОРС, 2012. - 214с.



35. Табурчак П.П. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов. – М.[Текст]: Химиздат, – 2013. - 288с.

36. Труханович Л.В., Щур Д.Л. Проверка торгового предприятия. - М.[Текст]: Дело и сервис, 2012. – 255 с.

37. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебник / Л.Н. Чечевицына – Ростов-на-Дону: Изд-во Феникс, 2013. – 368 с.

38. Фащевский В.Н. Об анализе оборотных средств // Бухгалтерский учет.[Текст] - 2013. - № 2. - С. 80-81.

39. Федько В.П., Федько Н.Г. Основы маркетинга - Ростов н/Д[Текст]: Феникс, 2014. – 480 с.

40. Хорин А.Н. Как заполнять бухгалтерский баланс // Главбух.[Текст] - 2014. - №4.

41. Юркова Т.И., Юрков С.В. Экономика предприятия [Текст]/ Т.И. Юркова - М.: ИНФРА-М, 2011 – 119с.

42. Яковлев, Г. А. Основы коммерции [Текст]: учебное пособие / Г. А. Яковлев. – М.: Изд-во ИНФРА-М, 2012. - 224 с.