

Ворогова О.С.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*

Ворогова Оксана Сергеевна¹, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: oksana199119@yandex.ru

С возникновением товарообменных операций появилась коммерческая деятельность, и на сегодняшний день она играет ведущую роль в условиях рыночной экономики. Для повышения эффективности коммерческой деятельности необходимо проведение ее комплексного анализа при изменчивой рыночной среде, результаты которого позволят предприятию развиваться и совершенствоваться, разрабатывая стратегии и планы, для повышения своей эффективности.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, эффективность, показатели эффективности.

Эффективность коммерческой деятельности на любом предприятии заключается в полученном результате по отношению к затратам и издержкам. Поэтому возникает постоянная необходимость совершенствования, ведь от этого зависит эффективность. Все ресурсы, которыми располагает предприятие, должны быть правильно распределены для осуществления поставленных целей, которые в результате приведут к достижению главной задачи – получению прибыли [3].

Коммерческая деятельность на товарном рынке включает в себя изготовление товара, доведение его до потребителя и оказание услуг. Таким образом, коммерческая деятельность включает в себя работы по различным направлениям и, соответственно, включает в себя большое разнообразие операций. Управление такой деятельностью должно быть направлено на координацию всех коммерческих процессов. Однако определить эффективность коммерческих операций на предприятии довольно сложно, в связи с этим необходимо использовать специфические показатели, которые оценивают коммерческую деятельность более полно [8].

Получение максимального результата при использовании имеющихся ресурсов являются экономической эффективностью, и ее главной проблемой является выбор распределения ресурсов, капитала и прибыли, процесса производства. Для увеличения экономической эффективности каждое предприятие стремиться создать рациональную коммерческую деятельность с максимизацией результата и минимизацией затрат [1].

Так как коммерческая деятельность включает в себя различные направления, то и оценка может проводиться как в целом, так и по направлениям деятельности. Однако многие такие показатели пересекаются, и мы поговорим о них ниже, но нужно выделить направления оценки.

– Ассортиментная политика (коэффициент устойчивости и обновления ассортимента; глубина и широта ассортимента) [2].

Каждое предприятие в условиях рыночной экономики желает иметь оптимальный для себя ассортимент товаров и услуг с достаточной полнотой и широтой. Грамотно подобранный ассортимент может составить сильную конкуренцию другим предприятиям, а его устойчивость завоевать лояльность потребителей. По данному направлению оценивается эффективность по работе с ассортиментом. Определяется видовой состав товарных групп, гибкость ассортимента к внешним изменениям и его разнообразие, степень его обновления и

* Статья подготовлена для II международной научно-практической конференции «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук» (Орел, 2016 г.)

¹ *Научный руководитель: Соболева Юлия Павловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: soboleva-yp@mail.ru*

пополнения, развитие хозяйственных связей с поставщиками и т.д. Дав оценку, можно выявить недостатки в ассортиментной политике и принять необходимые меры для их устранения, тем самым повысив эффективность своей работы, а также выявить сильные стороны и воспользоваться ими.

– Планирование товарооборота (индекс роста и ритмичность товарооборота; индекс выполнения плана закупки и валового дохода; рост или снижение времени обращения; степень выполнения договорных обязательств с поставщиками и соответствие товарных запасов нормативу; коэффициент допустимого уровня качества ассортимента) [2].

Оценка данного направления необходима при планировании товарооборота предприятия. Основываясь на их результате, можно проследить изменение структуры товаров, его качество и товарооборачиваемость, определить приоритетных поставщиков и условия, цены, сроки и объемы поставки. Эффективность коммерческого планирования товарооборота во многом зависит от хозяйственных связей, которые формируются при выборе поставщика и заключении с ними сделок, а эффективность таких связей характеризуется индексами показателей и их высотой.

– Формирование и стимулирование спроса (соответствие товарного предложения спросу; коэффициент завершенности покупки; рентабельность рекламных мероприятий; объем и структура неудовлетворенности спроса; степень обновления ассортимента) [3].

Показатели данного направления неразрывно взаимосвязаны с оценкой предыдущих направлений, которые характеризовали предложение [11]. Спрос формируется под влиянием предложения, при анализе которого определяется объем, цена и структура товарного предложения, что в свою очередь влияет как на ассортимент, так и на его закупку. Однако данное направление включает в себя рекламную политику предприятий, так как она имеет влияние на их эффективность.

– Коммерческий персонал (система подготовки и повышение квалификации персонала; численность и структура персонала; текучесть кадров; производительность труда).

Эффективность коммерческой деятельности во многом зависит от укомплектованности, квалифицированности и организованности персонала. Именно работники задействованы по всем направлениям коммерческой деятельности, включая в себя управление и организацию.

– Информационно-компьютерное обеспечение (наличие информационно-компьютерной сети, системного и специального программного обеспечения).

Наличие информации и информационно-компьютерного обеспечения в настоящее время просто необходимо, а также оно открывает для предприятия новые возможности, повышая его эффективность. С помощью такого обеспечения решаются всевозможные управленческие и коммерческие операции и задачи как внутреннего, так и внешнего характера.

– Логистика (оптимизация каналов товародвижения; наличие средств автоматизации) [2].

Создание бесперебойного, оперативного и ритмичного снабжения обеспечивает эффективное использование складской площади и снижает затраты рабочего времени и денежных средств. Эффективность логистики влияет на общую структуру коммерческой деятельности и на конечный результат предприятия.

– Экономическая эффективность.

Оценка по этому направлению является завершающей оценкой коммерческой деятельности. Экономическая эффективность включает и обобщает все показатели и характеризует предприятие в целом.

Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия способствует выявлению возможности и направлений его развития. Такой анализ производится для полного отражения состояния компании с использованием системы различных коэффициентов и показателей.

Экономическая эффективность бывает:

– Абсолютной – проводится при анализе эффективности деятельности и общеэкономических результатов на микро- и макроуровнях, в динамике отдельного периода времени с целью сопоставления уровней эффективности по компаниям и регионам.

– Относительной – проводится для обоснования хозяйственных, организационных, технических и производственных решений, для выбора из представленных альтернатив наилучшего решения.

Показатели эффективности отдельных направлений деятельности, характеризующие использование отдельного вида ресурсов, являются частными показателями, а отражающие хозяйственную деятельность и эффективность использованной в совокупности ресурсов в целом – обобщающие показатели. Обобщающие показатели представлены на рис. 1 [1].

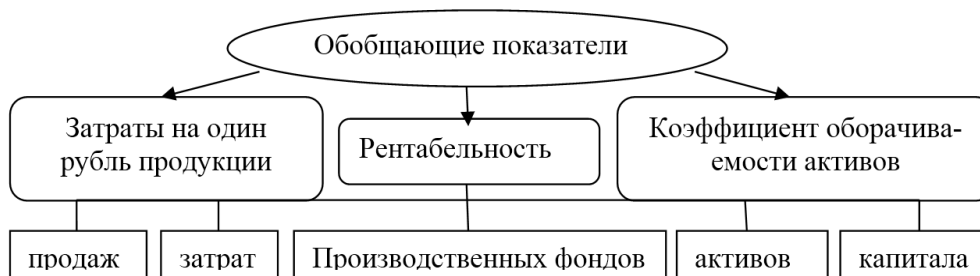


Рисунок 1 – Группа обобщающих показателей.

Частные показатели эффективности использования представлены следующей группой:

1. Трудовых ресурсов:

- производительность труда;
- средняя трудоемкость продукции;
- привлечение дополнительных трудовых ресурсов;
- относительное высвобождение.

2. Использование основных фондов:

- коэффициент фондоотдачи;
- коэффициент фондоемкости продукции;
- относительная экономия, перерасход капитальных вложений в основные фонды.

3. Материальных ресурсов:

- коэффициент материалоотдачи и материалоемкости;
- относительная экономия и перерасход материальных затрат.

4. Оборотные средства.

Чтобы проследить изменение эффективности предприятия в динамике, необходимо использовать интегральные показатели (рис. 2).

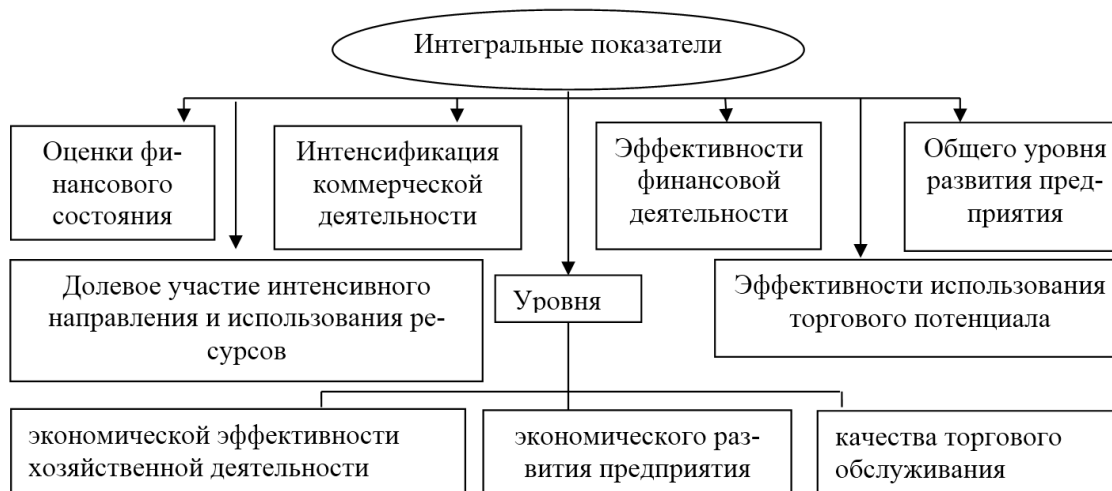


Рисунок 2 – Группа интегральных показателей.

Анализ эффективности коммерческой деятельности таких показателей позволит провести глубокое исследование предприятия и определить резервы для его повышения. Проведенный анализ по доступным отчетным данным предприятия является внешним анализом, так как содержит информацию с ограничением. С помощью такого анализа определяют эффективность использования капитала и рентабельность предприятия. При определении повышения этих показателей используют внутренний анализ. Он проводится по всей экономической информации с использованием статистической, бухгалтерской и аналитической отчетностей. Внутренний анализ поможет предприятию разработать стратегические задачи, политику развития и конкуренции [1].

Любое коммерческое решение заключается в выборе одного решения из всех возможных альтернатив и сопровождается анализом. Данные решения формируют результат деятельности предприятия. И каждое решение вносит свою долю в прибыль. Которая определяет качество коммерческой деятельности и степень удовлетворение потребителей. А именно удовлетворенность потребителей показывает социальную эффективность коммерческой деятельности [10].

В настоящее время потребности потребителей становятся отправной точкой общественного воспроизводства. Потребитель и его потребности становятся объектом общественной деятельности, и, соответственно, оценка социальной эффективности имеет большое значение. Борьба за потребителя подстегивает увеличение экономической эффективности, а социальная направленность влияет на экономический результат [5].

Эффективность коммерческой деятельности напрямую зависит от произведенных решений, касающихся удовлетворения потребностей потребителя. Специалисты для повышения эффективности коммерческой деятельности должны решать следующие задачи:

- анализировать и прослеживать внешние и внутренние изменения для принятия более правильного коммерческого решения;
- рассчитывать и прогнозировать возможные потребности потребителей для эффективной заявки, поступления и периодичности закупочной деятельности;
- нормировать и прогнозировать товарные запасы предприятия;
- разрабатывать оптимальный перечень ассортимента товаров;
- определять наилучшего поставщика с более выгодными условиями;
- разрабатывать и заключать выгодные договоры с поставщиками и посредниками в случае невыполнения обязательств;
- прибегать к эффективным методам и направлениям стимулирования оборота и продаж, включая рекламные средства;
- оптимизировать ценовую политику;
- проводить анализ конкурентов, выявляя их сильные и слабые стороны;
- стимулировать и мотивировать сотрудников предприятия;
- определять, учитывать и минимизировать возможные риски, их факторы и степень;
- разрабатывать политику увеличения прибыли, оценивая доходы и расходы.

Для решения перечисленных выше задач необходимы высококвалифицированные коммерсанты, что требует от них постоянного профессионального роста и повышения знаний, важны и личные качества, такие как предприимчивость, новаторство, инициатива, решительность и находчивость. Обладание такими сотрудниками увеличивает шансы на коммерческий успех [6].

Сегодня каждое предприятие заинтересовано в принятии правильного коммерческого и управленческого решения, в выявлении перспективного направления развития своей деятельности и в оценке эффективности коммерческой деятельности [8]. Для этого необходимо использовать взаимосвязанный комплексный подход при оценке результатов деятельности предприятия, применяя все показатели и проводя анализ по всем направлениям деятельности.

Список литературы:

1. Калиева О.М., Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности / О.М. Калиева, М.С. Разумова, М.И. Дергунова, М.С. Говорова // Инновационная экономика: материалы международной научной конференции (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 99-103.
2. Маклаков Г.В. Цель и результат коммерческой деятельности // Социально-экономические и культурные проблемы современной России. – 2011. – Ч. 2. – С. 76-84.
3. Маклаков Г.В. Эффективность коммерческой деятельности: результаты исследования // Сибирская финансовая школа. – 2015. – №6 (113). – С. 30-34.
4. Малявкина Л.И., Карпычева Е.Ю., Савина А.Г. Системный подход и моделирование в управлении оборотными средствами // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – № 2(28). – С.76-85.
5. Николаева Т.И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности торговых организаций // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 4. – С.17.
6. Оценка эффективности коммерческой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/oNPon1pSjg4.html>.
7. Савина А.Г., Мандрик А.А. Основные методы описания и оценки и управления рисками // Научные исследования: от теории к практике. – 2015. – Т.2. – №2(3). – С.311-313.
8. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Ю.П. Соболева. – Орел: ОрелГИЭТ, 2010. – 136 с.
9. Соболева Ю.П. Особенности организации финансов на предприятиях малого бизнеса / Ю.П. Соболева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 9 (107). – С. 61-66.
10. Соболева Ю.П., Полякова Т.В. Обзор методов оценки рисков предпринимательской деятельности / Ю.П. Соболева, Т.В. Полякова // Таврический научный обозреватель. – 2015. – № 3-1. – С. 33-37.
11. Lygina N., Rudakova O., Soboleva Y. Investment attraction of Russian regions in the beginning of XXI century // Procedia Economics and Finance. – 2015. – № 24. – С. 363.

УДК 657.372.12

Белоусова Т.Н., Бакуров Д.А., Сидорова О.Н.

**ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ ФИНАНСОВЫХ
РЕЗУЛЬТАТОВ ФИРМЫ**

*Белоусова Татьяна Николаевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tatjana.belou2012@yandex.ru

*Бакуров Дмитрий Александрович**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

*Сидорова Ольга Николаевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Хозяйственная деятельность коммерческой организации, в первую очередь, направлена на получение положительного финансового результата, за счет которого формируется необходимая для развития компании ресурсная база. Индикаторами успешной финансовой деятельности служат такие показатели как чистая прибыль, рентабельность, дивиденды, коэффициенты ликвидности, плате-

* *Научный руководитель: Арманишина Гульнара Рамильевна*, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru