

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Рузанова Александра Дмитриевна.

Тема выпускной квалификационной работы: «Повышение эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения (на примере ООО «Трейд-Логистик»)»

Научный руководитель: профессор экономических наук, Пипко Елена Григорьевна.

Цель исследования выбранной проблематики - повышение эффективности коммерческой деятельности торговой организации на основе снижения издержек обращения.

Объектом исследования является ООО «Трейд-Логистик», магазин «Елисеич» №12.

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, относящиеся к повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазина «Елисеич» №12.

В ходе написания данной работы использовались методы дедукции, монографический, экономико-статистический, расчетно-конструктивный, экономико-математический методы исследования, SWOT-анализ.

В ходе проведения исследования была выявлена положительная динамика экономических показателей деятельности, динамика роста которых снижается в 2016-2018 гг. Для повышения эффективности коммерческой деятельности объекта исследования предложено снижения издержек обращения с целью снижения реализационной цены. Путем снижения расходов на рекламу, подреализационных затрат и повышения коэффициента обновления ассортимента.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенные мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности торговой организации на основе снижения издержек обращения являются экономически обоснованными, универсальными и могут быть применены также на аналогичных организациях.

Abstract

The bachelor thesis is completed by Ruzanova Alexandra Dmitrievna.

The title of the bachelor is «The improvement of Efficiency of the commercial activity on the Basis of the Cost Reduction» (using the example of “Trade-Logistic” LLC).

The academic adviser is Ph.D of Sciences (Economics), associate professor Pipko Elena Grigorievna.

The aim of the bachelor is this is the improvement of efficiency for commercial deal on the basis of the cost reduction of the commercial organization.

The subject of the thesis is “Trade-Logistic” LLC, “Eliseich” №12.

The subject matter is the economic organization for the improvement of efficiency of commercial deal on the basis of the cost reduction of “Eliseich” №12.

The applied methods are deductive thinking, monographic, economico-statistic, economico-mathematic, SWOT-analysis.

The study showed a positive trend in the organization economic performance: which decreased in 2016-2018. To improve the economic performance of the organization, it was proposed to lower selling prices, by reducing advertising costs, cost of sales, and to increase the coefficient of the range renewal.

The practical significance of the work is that proposed measures to increase the efficiency of the organization is economically grounded and universal for implementing at other organization of the same kind.

Содержание

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты проблемы повышения эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения коммерческой организации	7
1.1 Повышение эффективности коммерческой деятельности в современных рыночных условиях	7
1.2 Пути снижения издержек обращения торгового предприятия.....	15
2 Анализ экономических показателей и оценка издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазин «Елисеич» №12	19
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Трейд-Логистик» магазин «Елисеич» 12.....	19
2.2 Анализ издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг.....	37
3 Разработка мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазин «Елисеич» №12	48
3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12	48
3.2 Расчет эффективности внедрения мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения	62
Заключение	66
Список используемой литературы	69
Приложение А	73

Введение

Повышение эффективности коммерческой деятельности - одна из наиболее актуальных и важных проблем политики организации. Наиболее распространенными методами являются повышение торговой наценки, с целью увеличения прибыли, а также снижение издержек обращения.

Повышение эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения в современных экономических и рыночных условиях имеет большое практическое значение. Анализ издержек обращения помогает своевременно выявить способы, возможности и резервы по сокращению затрат организации, повысить эффективность ее работы, а, следовательно, и получить более высокий финансовый результат.

Актуальность темы обуславливает то, что выбор направлений повышения эффективности коммерческой деятельности - вопрос, стоящий перед большинством коммерческих организаций, а необходимость сокращения затрат без ухудшения качества товара и уровня обслуживания покупателей - наиболее важная и сложная для решения задача.

Целью выпускной квалификационной работы - повышение эффективности коммерческой деятельности торговой организации на основе снижения издержек обращения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучение теоретических аспектов проблемы повышения эффективности коммерческой деятельности, направлений способствующих снижению издержек обращения торговых организаций;
2. Проведение анализа экономической деятельности, внутренней и внешней среды коммерческой организации, статей издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», на базе магазина «Елисеич» №12;
3. Выявление путей повышения эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения коммерческой организации на основе проведенного анализа;

4. Разработка и экономическое обоснование рекомендаций по решению основных проблем, выявленных в процессе анализа.

Объектом исследования является ООО «Трейд-Логистик», магазин «Елисеич» №12.

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, относящиеся к повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазина «Елисеич» №12.

Теоретической основой исследования служат научные труды отечественных и зарубежных авторов, изучавших выбранную проблематику, а именно: Альбекова А.У., Согомоняна С.А., Баканов М.И., Капелюш С.М., Николаева Г.А., Блицау, Л.П., Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б., Прохоров А.М. Для написания дипломной работы использованы годовые отчетные документы ООО «Трейд-Логистик» магазин «Елисеич» №12, статистические данные по Самарской области, отраслевые журналы, научная и методическая литература, а также нормативные и законодательные документы.

В ходе написания данной работы использовались методы дедукции, монографический, экономико-статистический, расчетно-конструктивный, экономико-математический методы исследования, проведение анализа благодаря SWOT-анализу, методу опроса, изучению графических и табличных данных и показателей.

Практическая важность дипломной работы состоит в разработке мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазина «Елисеич» №12, что способствует повышению конкурентоспособности и экономической устойчивости. Предложенные мероприятия можно применять также на других предприятиях.

Бакалаврская работа состоит из трех глав (теоретической, аналитической и рекомендательной), введения, заключения и приложений.

1 Теоретические аспекты проблемы повышения эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения коммерческой организации

1.1 Повышение эффективности коммерческой деятельности в современных рыночных условиях

Повышение эффективности коммерческой деятельности – один из основных процессов, необходимых для поддержания конкурентоспособности и укрепления экономической стабильности торговой организации.

Главной целью любой торговой организации является получение прибыли. С целью максимизации эффективности деятельности необходимо соблюдение двух условий: повышение доходов, в большей степени основного из них - увеличения торговых надбавок, а также снижения расходов.

На сегодняшний день в условиях нестабильности экономики, снижения благосостояния населения и возрастающей конкуренции, коммерческие организации ограничены в повышении торговых наценок, так как рост цен отрицательно сказывается на уровне потребительской лояльности и конкурентоспособности. Следовательно, основным направлением увеличения рентабельности деятельности является сокращение расходов.

Процесс доведения товаров от производителя до потребителя сопряжен с рядом затрат, которые выраженные в денежной форме называются издержками обращения. Издержки обращения возникают на всех этапах товародвижения и связаны с определенными затратами общественного труда на осуществление производственных, логистических и реализационных процессов, содержание предметов и объектов производства, амортизационными отчислениями, кредитными и страховыми отчислениями и т.д. По своему характеру в экономической литературе принято подразделять издержки обращения на текущие и долговременные.

Текущие издержки возникают в процессе осуществления организацией своей хозяйственной деятельности, а именно: закупкой товарно-материальных ценностей, транспортировкой, хранением и преобразованием, а также последующей реализацией; организации внутренних управленческих процессов, в том числе затраты на оплату труда персонала и т.п. Таким образом, текущие издержки возникают в результате реализации тактических задач.

Долговременные издержки возникают вследствие осуществления стратегических целей и задач, к которым относится строительство и амортизация основных фондов.

На практике зачастую отождествляют понятия «затраты», «расходы» и «издержки», однако их необходимо четко разделять.

Понятие «затраты» объединяет в себе все денежные средства, направленные на осуществление любых хозяйственных операций, осуществляемых в процессе своей деятельности торговым предприятием [11;75.].

Согласно Положению о бухгалтерском учете в России, расходами называется эффект снижения экономических выгод, который возникает в результате выбытия активов предприятия, как материальных, так и нематериальных (выраженных в денежной или вещественной форме). В действующем законодательстве выделяются три основные группы расходов, а именно: реализационные или производственные расходы (в зависимости о направления осуществляемой деятельности), прочие расходы и налоговые выплаты.

Издержки – затраты, которые несет торговая организация в процессе доведения продукции от производителя до конечного потребителя [30;14].

Следовательно, затраты являются собирательным понятием, включающим в себя издержки и расходы торговой организации. Также понятие «расходы» включают в себя понятие «издержки».

Проводя исследование понятия издержек обращения, а также проблемы их снижения, в процессе осуществления торговой деятельности, необходимо рассмотреть факторы, оказывающие влияние на их величину.

Расходы торговых организаций формируются под влиянием комплекса внешних и внутренних факторов, в том числе общеэкономического характера и имеют непостоянный характер.

Проведение их систематического анализа позволяет минимизировать риски непредвиденного увеличения уровня издержек, увеличить точность прогнозирования, обоснования величины плановых издержек и их сущности, что оказывает положительное влияние на эффективность всей деятельности торговой организации.

С целью изучения экономической сущности термина «издержки обращения» составлена таблица 1, содержащая трактовку различных авторов.

Таблица 1 дипломной работ отражает различные точки зрения отечественных специалистов, изучающих данную проблематику. Проводя анализ данных таблицы, можно сделать вывод, что различные толкования термина «издержки обращения» не имеют существенных отличий.

Таблица 1 - Основные дефиниции понятия «издержки обращения»

№ п/п	Наименование издания	Автор	Определение
1	2	3	4
2	Экономика коммерческого предприятия. Серия «учебники, учебные пособия». – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014[1;42].	Альбеков А.У., Согомонян С.А.	Издержки обращения —выраженные в денежной форме затраты живого овеществленного труда по доведению товара от производителя к потребителю, преобразованию ассортимента, организации процесса купли-продажи и потребления, удовлетворению спроса потребителей. Издержки обращения- общественно необходимые затраты труда, обеспечивающие выполнение торговлей своих функций и задач.

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
3	Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Калькуляция издержек обращения в торговле: Учебное пособие.–М.: Экономика, 2017 [2;84].	Баканов М.И., Капелюш С.М.	Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме затраты общественного труда по осуществлению планомерной связи между производством и потреблением, опосредуемой товарным обращением.
4	Большой экономический словарь. –М.: Институт новой экономики, 2016 [6;401].	Под ред. А.Н. Азрилияна.	Это расходы связанные со сбытом и приобретением товаров. Различают дополнительные издержки обращения — расходы, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения (в т. ч. доставка, доработка товара), и частичные издержки обращения — расходы, связанные с куплей-продажей товара.
5	Финансово-кредитный энциклопедический словарь. –М.: Финансы и статистика, 2014 [34;106].	Под общ. Ред. А.Г. Грязновой.	Издержки обращения — это совокупные затраты организации по обслуживанию процесса обращения товаров за определенный период.
6	Бухгалтерский учет в торговле. –М.: Приор-издат, 2014 [8;79].	Николаева Г.А., Блицау Л.П.	Расходы, производимые торговыми предприятиями в процессе осуществления своей деятельности дополнительно к оплате стоимости товаров, называются издержками обращения.

Величина и состав издержек обращения может существенно изменяться под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, графическое отражение которых представлено на рисунке 1.

Из рисунка 1 следует, что на величину и структуру издержек обращения организации оказывают прямое влияние как внутренние, так и внешние факторы. Наиболее трудно прогнозируемыми являются внешние факторы воздействия, для минимизации рисков на предприятии должен быть осуществлен постоянный мониторинг и анализ их изменения.

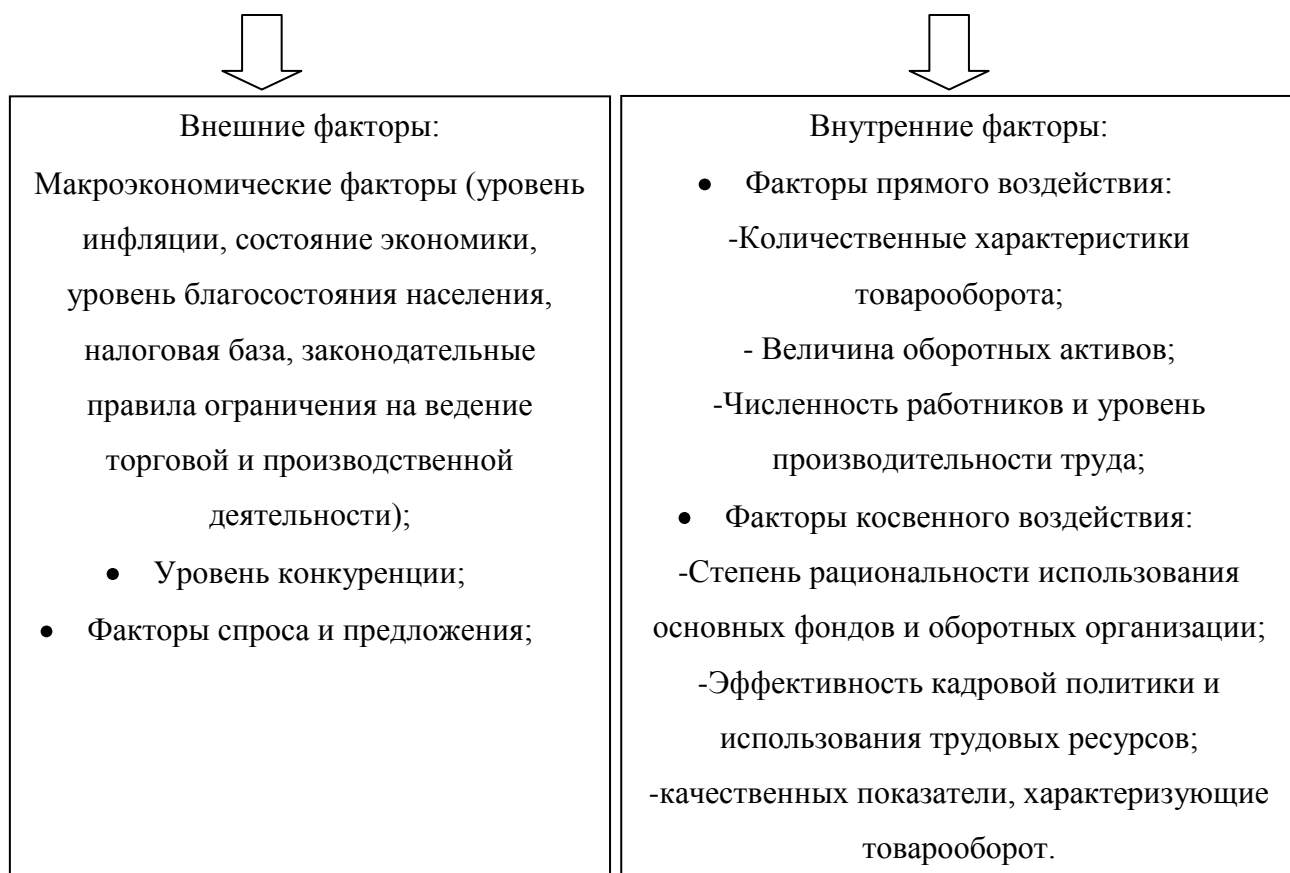


Рисунок 1 – Классификация издержек обращения по факторам воздействия

Проводя изучение научных трудов отечественных и зарубежных специалистов, изучающих данную проблематику, таких как: А.Н. Соломатин, И.А. Бланк, Л.П. Блицау, было выявлено, что различные классификации издержек обращения не имеют существенных отличий и характеризуются общностью.

В общем виде классификация издержек обращения представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Общая классификация издержек обращения

№ п/п	Название группы	Характеристика
1	2	3
1	Переменные и постоянные издержки	<p>Подразделяются по степени эластичности к объему товарооборота. Данную группу издержек разделяют на:</p> <p>1.Переменные издержки обращения зависят от изменения объема товарооборота. При этом степень может носить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пропорциональный характер (сумма затрат изменяется пропорционально росту или снижению объема товарооборота — естественная убыль товаров); - дигрессивный характер (при котором сумма затрат растет меньшими темпами, чем объем товарооборота — расходы на рекламу при эффективном ее осуществлении); - прогрессивный характер (сумма затрат растет более высокими темпами, чем увеличивается объем товарооборота, например, расходы затрат на з/п работников). <p>Таким образом, наличие переменных издержек обращения обусловлено процессом реализации товаров в аптечных учреждениях.</p> <p>2.Постоянные издержки обращения не зависят от изменения объема товарооборота, т.е. они имеют место</p>
1	Переменные и постоянные издержки	<p>даже в том случае, если организация временно прекратит свою торговую деятельность.</p> <p>При этом в составе таких затрат выделяются абсолютно постоянные издержки обращения (аренда) и условно постоянные издержки обращения (износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов). Рассматривая постоянные издержки обращения, необходимо учитывать, что они являются таковыми только в коротком периоде деятельности. В длительном периоде все виды издержек подвержены изменению.</p> <p>3.Смешанные издержки включают в себя как постоянные, так и переменные затраты. К ним относятся:, затраты на текущий ремонт, командировочные расходы и т.д.</p>
2	Целесообразность издержек	<p>1.Производительные издержками обращения- расходы, способствующие результативному осуществлению торгово-хозяйственного процесса коммерческой организации.</p> <p>2.Непроизводительными издержками обращения являются такие виды затрат, которые связаны с обслуживанием неиспользованной части трудовых, материальных и финансовых ресурсов (амортизация по не используемому оборудованию, выплата % за кредит, который не был использован, заработная плата работникам, выполняющим общественные обязанности и т.п.).</p>
3	Издержки, классифицируемые по экономическому содержанию	<p>По экономическому содержанию выделяют:</p> <p>1.Материальные расходы. Стоимость товаров, используемых в рекламных целях или полностью потерявших свое качество; износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов; стоимость текущего ремонта основных средств.</p>

Продолжение таблицы 2

1	2	3
---	---	---

3	Издержки, классифицируемые по экономическому содержанию	<p>2. Расходы на оплату труда. К ним относят все виды выплат основной и дополнительной заработной платы штатных и внештатных работников аптеки.</p> <p>3. Отчисления на социальные мероприятия. К ним относятся все виды обязательных отчислений в различные внебюджетные фонды, обеспечивающие реализацию государственных социальных программ (социальное страхование, пенсионный фонд, фонд занятости населения, фонд обязательного медицинского страхования).</p> <p>4. Амортизация основных фондов и нематериальных активов. К ним относят амортизационные отчисления от балансовой стоимости основных средств и нематериальных активов аптеки.</p> <p>5. Другие расходы. К ним относят все прочие виды издержек обращения.</p>
4	Издержки, классифицируемые по конкретным видам затрат	<p>По конкретным видам затрат выделяют отдельные статьи издержек обращения, совокупность которых составляет их номенклатуру. Единая учетная номенклатура статей издержек обращения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расходы на перевозку; 2. Расходы на оплату труда; 3. Расходы на аренду и содержание основных фондов; 4. Амортизационные отчисления; 5. Износ и содержание малоценных и быстроизнашивающихся предметов; 6. Расходы на отопление, газ, электроэнергию; 7. Расходы на хранение, подсортировку, обработку, упаковку товаров; 8. Расходы на рекламу; 9. Проценты за кредит; 10. Потери товаров в пределах норм естественной убыли;
4	Издержки, классифицируемые по конкретным видам затрат	<ol style="list-style-type: none"> 11. Расходы на тару; 12. Отчисления на социальные мероприятия; 13. Расходы на обязательное страхование имущества; 14. Прочие расходы.
5	Издержки, классифицируемые по участию в образовании стоимости	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дополнительные ИО (гетерогенные – чужеродные). Представляют собой затраты, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения. К ним относятся расходы по транспортировке, фасовке, хранению. Эти затраты увеличивают стоимость товара и являются ценообразующими. 2. Чистые - это расходы, связанные со сменой форм стоимости товаров и обслуживанием акта купли-продажи товаров (расходы по рекламе, по ведению б/у, по обслуживанию покупателей и т.д.), они не увеличивают стоимости товара.
6	Издержки, классифицируемые по составу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Простые – издержки, представляющие собой экономически одноэлементные расходы (например: расходы на оплату труда); Комплексные – состоят из разных элементов затрат (например, прочие расходы включают в себя: командировочные расходы налоги и т.д.).

Из таблицы 2 следует, что понятие «издержки обращения» классифицируются по множеству признаков, что позволяет произвести их полный анализ и отражение в зависимости от целей изучения. Условное разделение издержек обращения по тем или иным признакам дает возможность их наглядного отражения, оценки изменения под влиянием различных факторов, а также их влияние на различные процессы торгового предприятия. Оценка издержек обращения является неотъемлемой частью общего анализа хозяйственно-экономической деятельности организации. Также классификация издержек обращения дает возможность проведения анализа их структуры, с целью выявления причинно-следственной связи их изменения.

Как наглядно отражено в таблице 2, в издержки обращения не включаются налоги, за исключением налоговых сборов и отчислений в государственные бюджетные и внебюджетные фонды.

Для оценки величины издержек обращения производится их анализ в абсолютных и относительных величинах, с целью более детального изучения осуществляется расчет показателей уровня издержек обращения (что позволяет определить степень их изменения в зависимости от изменения товарооборота). На практике снижение уровня издержек обращения не всегда дает положительную оценку деятельности торговой организации, так увеличение затрат, в случае, когда это способствует увеличению товарооборота, доли рынка и уровню покупательской лояльности, является экономически обоснованным.

Снижение издержек обращения создает дополнительный резерв экономии денежных средств хозяйствующего субъекта. Эффект снижения издержек обращения торговой организации достигается в результате совершенствования процессов закупочной, логистической, реализационной деятельности, а также рационализации организационных и управленческих процессов.

Издержки обращения являются неотъемлемой частью хозяйственной деятельности торговой организации, а их величина в значительной мере оказывает влияние на результаты экономической деятельности в целом.

Следовательно, постоянное отслеживание величины и причин их изменения, а также последующая деятельность по их регулированию и рационализации является одной из важнейших задач организации.

1.2 Пути снижения издержек обращения торгового предприятия

Процесс снижения издержек обращения включает в себя обязательное проведение тщательного и всестороннего анализа деятельности организации в целом, а также каждой статьи расходов, путем проведения, которого, определяются наименее рациональные расходы и, с учетом особенностей хозяйствующего субъекта, разрабатываются мероприятия по их снижению.

В экономической литературе в основном исследуется пять направлений снижения издержек обращения, а именно:

1. Совершенствование работы аппарата управления организации;
2. Совершенствование торгово-технологических процессов;
3. Совершенствование ассортимента и структуры товарооборота организации;
4. Совершенствование ценовой, коммуникативной и сбытовой политики организации;
5. Совершенствование кадровой политики.

Первое из выделенных направлений включает в себя ряд мероприятий, направленных на снижение затрат, связанных с качеством организации структуры управления, которая представляет собой совокупность элементов, образующих систему управления и связей между ними. Качество организационной структуры управления проявляется в уровне реализации поставленных задач, надежности и скорости принимаемых решений, а также разработке мероприятий по их осуществлению. Снижение издержек, связанных с функционированием аппарата управления, достигается благодаря сокращению его звенности (объединение звеньев, дублирующих функции друг

друга), равномерному распределению обязанностей и ответственности, использованию труда работников с достаточным уровнем квалификации.

Одним из направлений снижения издержек обращения, как следствие снижения себестоимости и увеличение общей эффективности деятельности, является совершенствование торгово-технологического процесса магазина.

Торгово-технологический процесс магазина - совокупность взаимосвязанных коммерческих и технологических операций, в ходе которого непосредственно осуществляется процесс реализации товаров потребителю, и операции сопряженные с ним (консультирование, расчет и т.д.). Так как торгово-технологический процесс напрямую связан с закупочной деятельностью, то выбор поставщика и рационализация процессов закупки товаров также относится к методам снижения издержек обращения. Анализ старых и новых каналов снабжения, заключение договоров на максимально выгодных условиях – одно из направлений совершенствования торгово-технологического процесса магазина, который оказывает непосредственное влияние на уровень цен, качественные и количественные характеристики ассортимента.

Также снижение издержек, путем совершенствования торгово-технологического процесса, возможно благодаря совершенствованию процессов приемки товара, его хранения (так как процесс приемки и хранения товаров сопряжен с потерей товаров, связанных с нарушением норм осуществления складских мероприятий, а также норм хранения, недостаточным уровнем механизации работ), подготовке к продаже (минимизация издержек, вызванных потерей товарного вида и свойств продукции), непосредственно реализацией (включает в себя нарушение норм выкладки и хранения товаров в торговом зале, а также уровень краж и т.д.), использованию оборудования (максимальное использование производственных мощностей, а также рациональное использование денежных средств, направленных на амортизацию оборудования) и торговых площадей.

Сокращение издержек обращения, путем рационализации качественного состава ассортимента, и объема товарного потока, является одним из основных методов оптимизации издержек торговой организации. Рационализация ассортимента представляет собой деятельность по увлечению продаж наиболее рентабельных категорий товаров, а также выявление товарных групп, имеющих наименьший спрос и проведение их сокращения или обновления. Что способствует снижению логистических и реализационных затрат (порча товаров), а также обеспечивает максимальную рентабельность продаж.

Совершенствование ценовой политики организации в современных рыночных условиях, при возрастающем уровне конкуренции и одновременном снижении платежеспособности населения, является наиболее актуальным направлением снижения издержек обращения. Рационализация цен позволяет увеличить оборачиваемость товаров, следовательно, способствует снижению складских издержек, а также издержек, связанных с порчей товаров, благодаря увеличению покупательской активности. Резервами сокращения цен на продукцию является согласование снижения закупочных цен с производителями и поставщиками продукции, разработка концепций проведения акций, а также путем снижения торговой наценки.

Совершенствование управления кадрами также является одним из направлений снижения издержек организации, оно направлено на увеличение производительности труда сотрудников, рационализацию затрат на заработную плату сотрудников и систему премирования и депремирования, корректировку их численного и качественного состава.

Таким образом, в главе 1 дипломной работы была рассмотрена сущность проблематики снижения издержек обращения торгового предприятия, а также выделены основные направления, с помощью которых организация способна рационализировать затраты. Из чего можно сделать вывод, что, учитывая существующую экономическую ситуацию и уровень платежеспособности населения, наиболее эффективным является снижение цен на товары. Так как

величина издержек обращения оказывает прямое влияние на уровень торговой наценки, необходимо проведение анализа хозяйственно-экономической деятельности торговой организации, с целью выявления резервов снижения издержек и как следствие снижения розничной цены на товары.

2 Анализ экономических показателей и оценка издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазин «Елисеич» №12

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Трейд-Логистик» магазин «Елисеич» 12

Полное название анализируемого в научной работе предприятия - Общество с ограниченной ответственностью «Трейд-Логистик», юридический адрес: Самарская область, Тольятти, улица Голосова, 75.

Сеть магазинов «Елисеич», входящая в состав ООО «Трейд-Логистик», осуществляет торговую деятельность по продаже продовольственных и непродовольственных товаров в городе Тольятти и Самарской области. В состав торговой сети входят магазины формата «у дома», форма продажи - самообслуживание.

Миссия ООО «Трейд-Логистик» сформулирована как: «Доведение товаров высокого качества и по доступной цене, учитывая все потребности покупателей». Главной целью торговой организации является получение прибыли.

Год образования торговой сети - 2010 год, на сегодняшний день является одной из крупнейших торговых сетей не федерального масштаба. Основные тенденции стратегического развития – создание торговых точек за пределами города Тольятти, в селах и деревнях Самарской области, так как данное направление характеризуется меньшим уровнем конкуренции. Режим работы магазинов: с 8⁰⁰-9⁰⁰ (в зависимость от торговой точки) до 1⁰⁰ часов ежедневно, без выходных.

Аналитическая часть дипломной работы будет проведена на базе документации и отчетности магазина «Елисеич» №12, в котором осуществлялось прохождение практики, что позволило собрать полную и достоверную информацию о хозяйствующем субъекте. Фактический адрес - Полевая ул., 1А, село Узюково.

Одной из составляющих процесса изучения внутренних процессов торговой организации является анализ системы управления, отражающий наименование всех штатных единиц, иерархическую структуру.

Организационная структура магазина управления «Елисеич» №12 характеризуется линейностью, ограничена небольшим количеством работников, штат которых оптимизирован в соответствии с площадью магазина, величиной товарооборота.

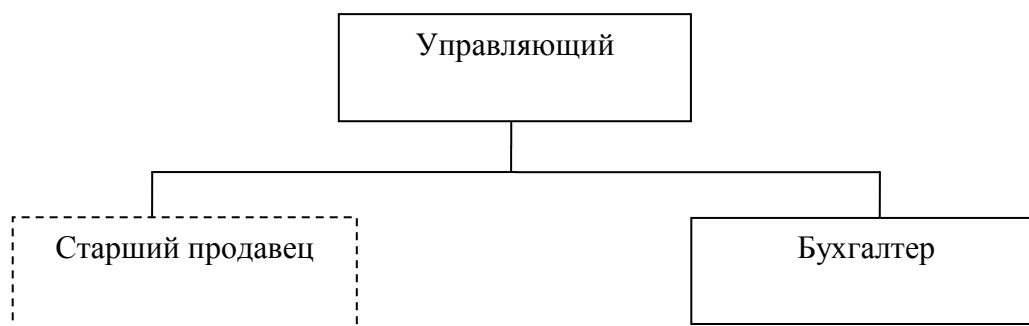


Рисунок 2 - Структура управления магазина «Елисеич» №12, входящего в состав ООО «Трейд-Логистик»

Как отражено на рисунке 2, структура управления магазина состоит из трех штатных единиц, общая численность сотрудников магазина включает в себя пятнадцать работников, а именно:

- управляющий (1 работник), осуществляющий непосредственное руководство магазином, координирующий деятельность работников,
- менеджер торгового зала (1 сотрудник),
- бухгалтер (1 сотрудник),
- бухгалтер-оператор (1 сотрудник),
- старшие продавцы (работающие посменно),
- продавцы (работающие посменно),
- грузчики-кладовщики (сотрудника, работающие посменно),
- технический персонал (1 сотрудник).

Перечень должностных обязанностей каждой штатной единицы прописан в Приложении А.

Торговые и неторговые помещения магазина «Елисеич» №12 разделены на торговый зал, складские, административно-бытовые, хозяйственные помещения.

Суммарная площадь – 350 м².

Торговый зал магазина состоит из двух секторов:

торговой площади, на которой располагается торгово-выставочное оборудование, товар, гастроном;

второй сектор - зона, предназначенная для расчета с покупателями.

Складское помещение, состоящее из четырех секторов, предназначенных для осуществления различных операций по приемке, хранению, преобразованию товарно-материального потока.

Наибольшая часть складского помещения предназначена для хранения товарных запасов, сортировки и ротации товаров. В помещении для фасовки и маркировки товаров производится преобразование товарно-сырьевых запасов.

Административно - бытовая площадь включает в себя комплекс помещений, предназначенных для обеспечения процесса работы административных работников магазина, а именно:

кабинетная зона,

зона для хранения личных вещей,

пункт питания,

помещения санитарного назначения.

Анализ основных организационно-экономических показателей магазина «Елисеич» №12, входящего в состав ООО «Трейд-Логистик» за 2016-2018 гг. представлен в таблице 3. Анализ включает в себя динамику изменения показателей в абсолютных и относительных величинах.

Таблица 3 – Основные организационно-экономические показатели деятельности ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг.

№ п/п	Показатели, измерения ед.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста,% ,2018г.	
					2016 г.	2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Товарооборот розничный, тыс. руб.	31721,00	32035,00	32220,00	101,57	100,58
2	Среднесписочная численность, чел.	15	15	15	100,00	100,00
	Всего:	9	9	9	100,00	100,00
	• в том числе торгово-оперативных работников	8	8	8	100,00	100,00
	• в том числе продавцов					
3	Среднегодовая выработка/ товарооборот, тыс.руб./чел.	2114,73	2135,67	2148,00	101,57	100,58
4	Фонд заработной платы, тыс. руб.	2148,00	2152,00	2152,00	100,19	100,00
5	Среднегодовая заработная плата, тыс. руб.	143,20	143,47	143,47	100,19	100,00
6	Валовый доход, тыс. руб.	7505,19	7976,72	8380,42	111,66	105,06
7	Уровень валового дохода, тыс.руб.	23,66	24,90	26,01	-	-
8	Издержки обращения, тыс. руб.	5249,00	5236,00	5240,00	99,83	100,08
9	Уровень издержек обращения, %	16,55	16,34	16,26	-	-
10	Прибыль от продаж, тыс. руб.	2256,19	2740,72	3140,42	139,19	114,58
11	Рентабельность продаж, %	7,11	8,56	9,75	-	-
12	Соотношение темпов роста ПТ и ЗП				1,01	1,01

Данные таблицы 3 показывают, что товарооборот магазина в период 2016-2018 гг. увеличился на 1,57%, что составляет 499 тыс. руб. Наиболее существенные темпы увеличения наблюдаются в 2017 году, и составляют 0,58%. Среднесписочная численность сотрудников была неизменна на протяжении всего анализируемого периода. Также наблюдается стабильный прирост производительности труда (1,57% относительно начала периода), следовательно, тактика управления кадрами эффективна.

Фонд заработной платы несущественно увеличился, рост составил 0,19% (4 тыс. руб), аналогичный прирост у показателя среднегодовой заработной платы, что связано с изменением системы премирования сотрудников, как меры стимулирования качества их работы.

Стабильное увеличение валового дохода является положительным фактором оценки деятельности магазина. Рост показателя в 2016-2017 году составил 5,06%, на конец 2018 года 11,66% (875,23 тыс.руб.). Существенный рост валового дохода магазина обусловлен увеличением торговой наценки, что связано с повсеместным ростом закупочных цен на товары, а также общей тенденции увеличения роста цен. Торговая наценка в 2018 году увеличилась до 26,01%. Однако, наблюдается снижение динамики роста товарооборота (0,99% в период 2016-2017 гг.), следовательно, увеличение цен способствует снижению покупательской активности.

Издержки обращения магазина на конец анализируемого периода сократились на 9 тыс. руб. или 0,17%, что отмечается за счет изменения каналов закупки товаров поставщиков. Увеличение прибыли от продаж на конец 2018 года составило 14,58% (884,23 тыс.руб.), существенный рост показателя наблюдается в начале периода и составляет 399,7 тыс.руб.

Высокая динамика увеличения прибыли обусловлена тем, что торговая организация существенно увеличила торговую наценку, что привело к росту показателя валовой прибыли, при низком росте издержек обращения. Рентабельность продаж также увеличилась, рост показателя составил 2,64%.

В общем таблица отражает положительную динамику эффективности ведения коммерческой деятельности. Однако, наблюдается снижение темпов роста показателей в 2017-2018 году, что связано с вырастающей конкуренцией (открытием магазина «Пятерочка» в непосредственной близости от анализируемого магазина), а также снижением спроса на товары с высокой стоимостью, наблюдается тенденция увеличения спроса на более дешевые товары.

Для проведения анализа качественного состава работников магазина «Елисеич» №12 составлена таблица 4.

Таблица 4 - Анализ структуры кадров ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг.

№ п/п	Категории работников	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Динамика, % 2018 г. от	
					2016 г.	2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Торгово-оперативный персонал, чел. всего	9	9	9	100,00	100,00
2	в т.ч. продавцов, чел.	8	8	8	100,00	100,00
3	Вспомогательный персонал, чел.	3	3	3	100,00	100,00
4	Административно-управленческий персонал, чел. всего	3	3	3	100,00	100,00
5	- руководители, чел.	2	2	2	100,00	100,00
6	-специалисты, чел.	1	1	1	100,00	100,00
7	Итого, чел.	15	15	15	100,00	100,00
8	Доля продавцов в общей численности персонала, %	53,33	53,33	53,33	100,00	100,00
9	Доля продавцов в общей численности торгово-оперативного персонала, %	88,88	88,88	88,88	100,00	100,00

Таким образом, рассматривая данные, представленные в таблице 4, можно сделать вывод, что наибольшая доля работников магазина – продавцы (53,33% от общей численности). Численный состав сотрудников магазина неизменен, как и качественный состав, что является положительным показателем, отражающим высокую степень удовлетворенности персонала условиями труда. Также постоянство кадров снижает риски предприятия, связанные с неэффективностью затрат на повышение квалификации сотрудников. Уровень квалификации сотрудников, характеризующий их профессиональную пригодность представлен в таблице 5.

Таблица 5 - Анализ уровня квалификации работников ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12

№	Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	Изменение, +/- ,%	
					к 2016 году	к 2017 году
1	2	3	4	5	6	7
1	Коэффициент общей насыщенности специалистов с высшим образованием	$3/15=0,2$ %	$4/15=$ $0,27\%$	$4/15=0,27$ %	0,07%	0%
2	Коэффициент общей насыщенности специалистов со средним специальным образованием	$12/15=0,8$ %	$11/15=$ $0,73\%$	$11/15=0,7$ 3%	- $0,07\%$	0%
3	Специальный уровень насыщенности при товарообороте 2018 год	$3*15/3222$ $0*100=0,1$ 4%	$4*15/322$ $20*100=$ $0,19\%$	$4*15/3222$ $0*100=0,1$ 9%	0,05%	0%
		$12*15/322$ $20*100=0,$ 56%	$11*15/32$ $220*100$ $=0,51\%$	$11*15/322$ $20*100=0$ $0,51\%$	- 0,05%	0%

Рост коэффициента общей насыщенности работниками, имеющими высшее образование, увеличился на 0,07%, при уменьшении числа сотрудников со средним специальным образованием, следовательно, наблюдается улучшение качественных характеристик штата. Специальный уровень насыщенности работников при товарообороте 2018 года также отражает увеличение числа работников с высшим образованием. Увеличение квалификации сотрудников положительно сказывается на уровне работы, улучшая уровень культуры обслуживания.

Можно сделать вывод, что кадровая политика ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12 характеризуется низким уровнем обновления штата сотрудников, а также увеличением качества их структуры за счет повышения квалификации работников.

Подробный анализ движения кадров магазина «Елисеич» №12 содержит в себе таблица 6.

Таблица 6 - Анализ движения кадров ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	Темп роста, % 2018 год	
					2016 г.	2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Коэффициент оборота по приему работников	3/15=0,2%	2/15=0,13%	2/15=0,13%	0,07%	100,00
2	Коэффициент оборота по выбытию работников	3/15=0,2%	2/15=0,13%	2/15=0,13%	0,07%	0%
3	Коэффициент текучести кадров	2/15=0,13%	2/15=0,13%	2/15=0,13%	0%	0%
4	Коэффициент постоянства персонала предприятия	12/15=0,8%	13/15=0,86%	13/15=0,86%	0,06%	0%

Таблица 6 позволяет сделать вывод, что численность сотрудников на начало и конец периода не изменилась, следовательно, замена выбывших сотрудников производится своевременно и не имеет отрицательного влияния на эффективность работы магазина, о чем также свидетельствует равенство коэффициентов выбытия и найма сотрудников.

Наибольшая величина данных показателей наблюдается в 2016 году и равна 0,2%, что на 0,07% превышает значения 2017 и 2018 гг. Коэффициент текучести кадров был стабилен за анализируемый период, значение составило 0,13%.

Наблюдается увеличение значения показателя коэффициента постоянства персонала в 2016-2017 году на 0,06%. Рост данного показателя является положительным фактором при оценке кадровой политики организации, так как характеризует постоянство штата.

Штат сотрудников магазина «Елисеич» №12 на конец анализируемого периода полностью укомплектован и характеризуется высокой степенью стабильности. Наибольший удельный вес сотрудников имеют продавцы. Совокупность факторов стабильности персонала, увеличения производительности труда отражает высокий уровень организации кадровой политики хозяйствующего субъекта.

Финансовые результаты деятельности организации отражают эффективность ее функционирования (прибыльности или убытка), необходимо провести их изучение. Их анализ базируется на изучении величины и динамики изменения таких показателей, как: валовый доход, прибыль от продаж, уровень рентабельности продаж. Важной частью проведения анализа финансовой деятельности организации является отражение взаимосвязи изменения товарооборота и показателей финансовой устойчивости магазина, эти данные представлены в таблице 7.

Таблица 7 - Анализ валового дохода ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Показатели, ед. измерения	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста, % 2018 г.	
					2016 г.	2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Уровень валового дохода к товарообороту, %	23,66	24,90	26,01	109,93	104,46
2	Уровень валового дохода к издержкам обращения, %	332,65	291,04	266,85	80,22	91,69

Анализ данных таблицы 7 отражает стратегию фирмы, направленную на увеличение торговой наценки на товар. На что указывают существенные темпы роста валовой прибыли, (2016-2018 гг. - 9,93%), при несущественных увеличениях издержек обращения.

Увеличение торговой наценки дает возможность торговому предприятию увеличить рентабельность и прибыль от продаж, однако, снижает уровень лояльности потребителей, следовательно, дает временный положительный экономический эффект.

Анализируя данные рентабельности, которые содержит таблица 8, можно сделать вывод, что торговая организация эффективно использует основные фонды, а также материальные ресурсы, на что указывает их прирост в размере 13,38% и 1,69% соответственно.

Увеличение показателя рентабельности расходов на оплату труда отражает рациональность организации кадровой политики магазина. Наблюдается также снижение величины издержек обращения относительно роста прибыли.

Таблица 8 - Анализ рентабельности ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» 12 за 2016 - 2018 гг.

№ п/п	Показатели, ед. измерения	2016 год	2017 год	2018 год	Изменение, % или +/-	
					2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Рентабельность товарооборота, %	7,11	8,56	9,75	2,34	0,89
2	Основные фонды, тыс.руб.	3975,13	3999,71	4019,02	101,10	100,48
3	Рентабельность основных фондов, %	56,76	68,52	70,14	13,38	1,62
4	Оборотные активы, тыс.руб.	3816,52	3852,16	3881,16	101,69	100,75
5	Рентабельность оборотные активы, %	59,12	71,15	80,91	21,79	9,76
6	Рентабельность расходов на оплату труда, %	105,04	127,36	145,93	40,89	18,57
7	Рентабельность издержек обращения, %	42,98	52,34	59,93	16,95	7,59

В результате проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности магазина «Елисеич» №12, входящего в состав ООО «Трейд-Логистик», можно сделать вывод, что наблюдается положительная динамика его развития.

Анализ конкурентов позволяет провести сравнительную оценку анализируемого магазина с конкурентами, имеющими схожий товарный ассортимент, ценовую политику, формат магазина (магазин у дома), именно: ООО «Неотрейд» магазин «Пеликан» (Б) и «Агро-Трейд» магазин «Пятерочка» (В). Данная информация отражена в таблице 9.

Таблица 9 - Сравнительный анализ конкурентоспособности ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Критерии оценки	А	Конкуренты		Важность критерия	Взвешенная оценка		
			В	С		А	В	С
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Широта и глубина ассортимента	4 балла	4 балла	4 балла	0,19%	0,76%	0,76%	0,76%
2	Качество продаваемых товаров	5 баллов	4 балла	5 баллов	0,19%	0,95%	0,76%	0,95%
3	Уровень цен	2 балла	3 балла	4 балла	0,22%	0,44%	0,66%	0,88%
4	Уровень торгового обслуживания	3 балла	3 балла	4 балла	0,12%	0,36%	0,36%	0,48%
5	Мерчендайзинг	4 балла	3 балла	4 балла	0,13%	0,52%	0,39%	0,52%
6	Реклама	3 балла	3 балла	4 балла	0,09%	0,27%	0,27%	0,36%
7	Режим работы	5	4 балла	4 балла	0,05%	0,25%	0,2%	0,2%
8	Наличие сайта	3 балла	3 балла	2 балла	0,01%	0,03%	0,03%	0,02%
9	Суммарная оценка	29 баллов	27 баллов	31 балл	1%	3,58%	3,43%	4,17%

По результатам анализа данных, представленных в таблице 9, можно сделать вывод, что наивысшую суммарную оценку имеет магазин «Пятерочка» (4,17), анализируемый магазин «Елисеич» №12 имеет среднее значение

итоговых показателей (3,58), что на 14,15% ниже лидирующего конкурента. Наибольшим преимуществом конкурентов является качество реализуемых товаров.

Основными направлениями для совершенствования деятельности являются: снижение уровня цен, повешение уровня торгового обслуживания, совершенствование рекламы и улучшение сайта магазина в сети Интернет.

Основным этапом проведения анализа внешней среды торгового предприятия является изучение потребителей. Был проведен анализ покупателей по половозрастному признаку, а также анализ доходов целевого сегмента рынка. Изучение проводилось путем проведения опроса 200 покупателей, выбранных случайным образом.

Таблица 10 - Распределение респондентов по полу и возрасту

№ п/п	Возраст/пол	Мужчины, чел.	Женщины, чел.	Всего, чел.
1	2	3	4	5
1	18-24	13	17	28
2	25-34	17	23	39
3	35-44	18	25	43
4	45-59	20	31	49
5	60 и старше	12	24	36
6	Всего	80	120	200

Таким образом, наибольшее число респондентов - женщины в возрасте от 35 до 59 лет, а также мужчины аналогичной возрастной категории. Отношение суммарного количества мужчин и женщин составляет 40/60%.

Анализ дохода респондентов графически представлен на рисунке 3.

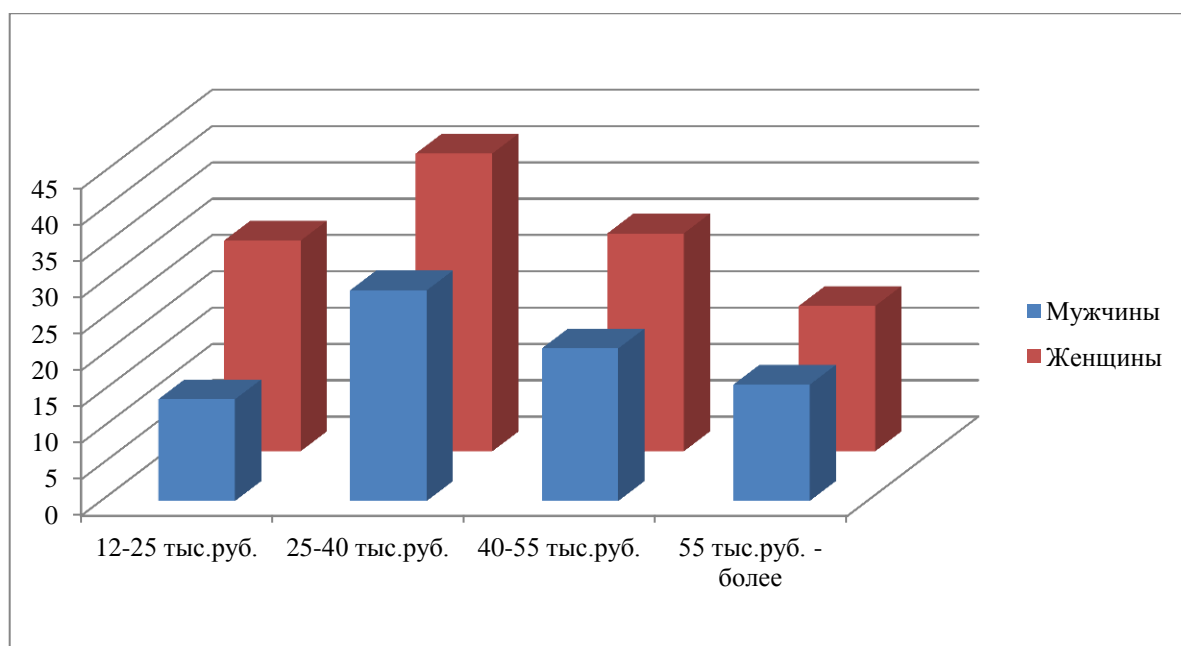


Рисунок 3 – Уровень дохода респондентов

Из данных, представленных на рисунке 3, следует, что наибольшее число покупателей имеют средний уровень дохода, наименьшее - имеет доход 12-25 тыс.руб.

Следовательно, целевая аудитория - мужчины и женщины в возрасте от 35 до 59 лет со средним уровнем дохода.

Для оценки сильных и слабых сторон магазина «Елисеич» №12 был разработан SWOT-анализ, который наглядно отражает также возможности развития и потенциальные угрозы. SWOT-анализ содержится в таблице 11.

Сильными сторонами магазина «Елисеич» №12 является широкий ассортимент, большая доля поставщиков, с которыми установлены длительные партнерские отношения, отличающиеся надежностью, выгодное местоположение торговой точки и большая площадь торговых помещений. Высокий уровень цен, а также возрастающий уровень конкуренции, низкий уровень использования интернет-технологий отрицательно сказываются на эффективности деятельности магазина.

Таблица 11 - SWOT-анализ магазина «Елисеич» №12, входящий в состав ООО «Трейд-Логистик»

№ п/п	1	2
1	<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Широкий ассортимент; – Долгосрочные партнерские отношения с поставщиками; – Расположение магазина позволяет охватить большую аудиторию постоянного населения и дачников (расположение в центре села); – Большая площадь торговых площадей; – Устойчивость кадров (низкий уровень обновляемости штата); – Высокий уровень квалификации сотрудников. 	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Расширение целевой аудитории (дачники); – Увеличение лояльности потребителей за учащения проведения акций; – Привлечение потребителей за счет более тщательной проработки ассортимента и увеличения числа товаров-новинок (обновление ассортимента); – Привлечение новых покупателей способствует увеличению товарооборота; – Развитие маркетинга в сети Интернет и активное ведение социальных сетей способствует улучшению коммуникации с потребителями с целью выяснения их потребностей и упростит поиск направлений по совершенствованию деятельности магазина.
2	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Высокий уровень цен из-за высокого уровня издержек обращения и особенности ценовой политики предприятия; – Устаревшая технологическая база магазина; – Увеличение конкуренции (открытие нового магазина «Пятерочка» в непосредственной близости); – Пассивное использование и развитие интернет-технологий; – Высокая степень зависимости товарооборота от сезона (дачный период). 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Снижение товарооборота в связи с увеличением конкурентов (открытие магазина «Пятерочка»); – Снижение покупательской активности вследствие высокого уровня цен; – Нестабильность экономики – Ужесточения норм осуществления торговой деятельности; – Снижение количества товарооборота в дачный период из-за неблагоприятных погодных условий.

Устранение негативных факторов и использования всех выделенных направлений развития позволит укрепить позиции магазина на рынке, а также положительно скажутся на экономической эффективности деятельности.

Ассортимент торговой организации представлен продовольственными и непродовольственными товарами, анализ товарных групп представлен в таблице 12. Проведение анализа товарных групп позволяет отразить величину товарооборота по каждой из категорий товаров, а также динамику ее изменения

Таблица 12 - Анализ товарных групп ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Наименование товарных групп	2016 год		2017 год		2018 год		Темп роста, %, 2018 год	
		абс. тыс. руб.	уд. вес., %.	абс. тыс. руб.	уд. вес., %.	абс. тыс. руб.	уд. вес., %.	к 2016 г.	к 2017 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Алкогольная продукция	3004,91	9,47	3078,46	9,61	3094,19	9,60	102,97	100,51
2	Мясо, морепродукты	2985,26	9,41	3030,02	9,46	3048,00	9,46	102,10	100,59
3	Бакалейные товары, напитки, вода	2978,71	9,39	3014,21	9,41	3024,65	9,39	101,54	100,35
4	Молочные продукты	2868,56	9,04	2902,01	9,06	2914,16	9,04	101,59	100,42
5	Хлебобулочные изделия	2953,00	9,31	2961,74	9,25	2977,51	9,24	100,83	100,53
6	Свежие фрукты, овощи	2731,14	8,61	2747,18	8,58	2764,43	8,58	101,22	100,63
7	Бытовая химия, парфюм, гигиена	2598,16	8,19	2624,58	8,19	2639,11	8,19	101,58	100,55
8	Табачная продукция	2583,04	8,14	2621,98	8,18	2636,07	8,18	102,05	100,54
9	Замороженные продукты	2610,58	8,23	2616,04	8,17	2626,78	8,15	100,62	100,41
10	Кондитерские изделия	2297,12	7,24	2291,3	7,15	2306,22	7,16	100,40	100,65
11	Выпечка	2243,87	7,07	2247,16	7,01	2268,71	7,04	101,11	100,96
12	Товары общего спроса	1866,65	5,88	1900,32	5,93	1920,16	5,96	102,87	101,04
13	Всего	31721,00	100	32035,00	100	32220,00	100	101,57	100,58

(следовательно, спроса на товары). При существенном снижении уровня спроса на товары какой-либо из групп ассортимента, рациональным является изменение ее качественного и количественного состава.

Данные таблицы 12 дают возможность определить динамику роста или уменьшения товарооборота по категориям товаров, выявить наиболее и наименее перспективные из них, а также определить потребность в изменении товарной политики магазина. Анализируя данные таблицы 12 можно сделать вывод, что увеличение объема товарооборота происходит по всем категориям товаров, что связано с увеличением численности жителей села Узюково.

В период 2016-2018 год наибольший удельный вес в товарообороте занимает алкогольная продукция, на конец 2018 года значение данной товарной группы составило 9,60%, что на 0,13% больше показателя 2016 года.

В качестве наиболее перспективных направлений продаж, удельный вес которых растет большими темпами по сравнению с другими товарными группами, следует отметить следующие категории товаров: мясо и морепродукты, товары общего спроса.

Анализируя долю товарооборота, приходящуюся на каждую категорию товаров в таблице 12, можно сделать вывод, что существенного снижения не произошло ни в одной из групп, следовательно, нет необходимости в исключении каких-либо из них из продажи, а также в изменении существующей товарной и ассортиментной политики.

Одним из основных качественных показателей ассортимента является коэффициент обновления. В условиях жесткой конкуренции, увеличение лояльности покупателей, а также привлечение новых, возможно с помощью обеспечения регулярного введения в ассортимент товаров-новинок. Также в большинстве случаев производители продукции заинтересованы в продвижении новых товаров и возможно установление выгодных договорных отношений на данные позиции. Коэффициент обновления ассортимента магазина «Елисеич» №12 в период 2016-2018 гг. отражен в таблице 13.

Таблица 13 - Коэффициент обновления ассортимента магазина «Елисеич» №12 (2016-2018 гг.)

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Динамика изменения, (2018/2017)	Динамика изменения, (2018/2016)
Коэффициент обновления ассортимента, %	0,68%	0,56%	0,51%	-0,12%	-0,17%

Таким образом, наблюдается отрицательная динамика изменения коэффициента обновления ассортимента, что свидетельствует о снижении количества товаров-новинок в ассортименте магазина. Снижение уровня обновления ассортимента за весь анализируемый период составляет 0,17%, что связано с особенностью ассортиментной политики руководства организации, нацеленной на реализацию товаров с проверенным временем уровнем реализации, что является сдерживающим фактором для увеличения товарооборота магазина.

Пункт 2.1 содержит основную информацию о направлениях деятельности ООО «Трейд-Логистик», особенности функционирования, также дана краткая характеристика магазина «Елисеич» №12, включающая в себя анализ системы управления и кадрового производства, структурная характеристика площадей магазина, анализ основных экономических показателей и ассортимента объекта исследования. Проведение анализа ассортимента магазина «Елисеич» №12 позволило выявить, что наблюдается общее увеличение товарооборота, спрос на товарные группы также стабилен, следовательно, ассортиментная политика эффективна и не требует существенных изменений. Наблюдается низкий уровень коэффициента обновления ассортимента, а также отрицательная динамика его изменения, что сказывается на снижении конкурентоспособности магазина. На основании анализа организационно-экономических показателей можно сделать вывод, что деятельность магазина «Елисеич» №12 имеет

положительную динамику эффективности ведения коммерческой деятельности, однако, наблюдается снижение темпов роста показателей в 2017-2018 году.

2.2 Анализ издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг.

Проведение анализа величины издержек обращения магазина «Елисеич» №12 обусловлено поиском резервов для их снижения, с целью повышения эффективности коммерческой деятельности торговой организации.

Как было выявлено в пункте 2.2 дипломной работы, торговая организация, на протяжении рассматриваемого периода, увеличила торговую наценку (Рис. 5), что привело к положительному экономическому эффекту. Однако в условиях возрастающей конкуренции приведет в дальнейшем к спаду покупательской активности и уровня лояльности потребителей, так как уже на данном этапе наблюдается снижение темпов роста экономических показателей деятельности. Следовательно, необходимо проведение снижения издержек обращения, как альтернативного варианта увеличения товарооборота без снижения рентабельности коммерческой деятельности.

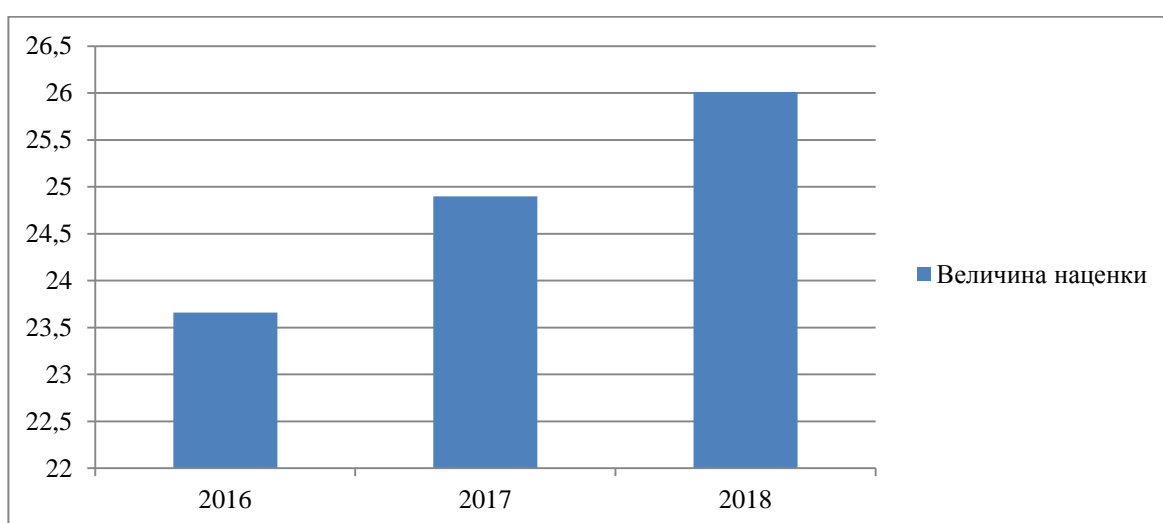


Рисунок 4 – Динамика увеличения торговой наценки магазина «Елисеич» №12 за период 2016-2018 гг.

Таким образом, рисунок 4 наглядно отражает стабильный рост торговой наценки (2016-2018 гг. – 1,24%, 2017-2018 – 1,92%, суммарное увеличение составило 2,35%).

Для оценки влияния динамики изменения себестоимости продукции (закупочной цены на товар, приобретаемый у производителей и торговых посредников) составлена таблица 14.

Таблица 14 – Динамика изменения себестоимости (закупочной цены) на товары в период 2016-2018 гг.

№ п/п	Наименование товарных групп	2016 год	2017 год	2018 год	Темп роста, %, 2018 год	
		абс. тыс. руб.	абс. тыс. руб.	абс. тыс. руб.	к 2016 г.	к 2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Алкогольная продукция	2133,49	2188,79	2292,79	107,47	104,75
2	Мясо, морепродукты	2073,39	2188,79	2249,48	108,49	102,77
3	Бакалейные товары, напитки, вода	2103,44	2191,86	2289,70	108,86	104,46
4	Молочные продукты	2193,58	2308,85	2382,53	108,61	103,19
5	Хлебобулочные изделия	2103,44	2278,06	2261,85	107,53	99,29
6	Свежие фрукты, овощи	2133,49	2158,00	2295,89	107,61	106,39

Окончание таблицы 14

1	2	3	4	5	6	7
7	Бытовая химия, парфюм, гигиена	2223,63	2188,79	2292,79	103,11	104,75
8	Табачная продукция	2103,44	2185,71	2277,32	108,27	104,19
9	Замороженные продукты	2073,39	2185,71	2240,19	108,05	102,49
10	Кондитерские изделия	2103,44	2216,49	2286,61	108,71	103,16
11	Выпечка	2085,41	2185,71	2261,85	108,46	103,48
12	Товары общего спроса	2085,41	2234,96	2258,76	108,31	101,06
13	Среднее значение	2117,96	2209,31	2282,48	107,79	103,33

Таким образом, по данным таблицы 14, наблюдается значительное увеличение темпов роста закупочной цены на товары, среднее увеличение за анализируемый период составило 7,79%, в период 2016-2017 гг. 3,33%. Наибольшие темпы роста отмечаются по следующим ассортиментным группам: бакалейные товары, напитки, вода (8,86%), молочные продукты (8,61%), кондитерские изделия (8,71%). Увеличение торговой наценки характерно не только для всех товарных групп, а также для всех производителей и дистрибьюторов в целом независимо от специфики выпускаемой продукции, а также масштабах их деятельности. Следовательно, поиск новых каналов снабжения не способствует общему снижению закупочной цены, что также невозможно в связи с устойчивым покупательским спросом на товары ряда торговых марок.

Повсеместный рост торговых наценок и снижение покупательской активности (что отражает снижение темпов роста товарооборота магазина «Елисеич» №12) обуславливает необходимость поиска резервов для снижения цены за счет снижения издержек обращения магазина, для чего был проведен анализ структуры издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12 по статьям за 2016 - 2018 гг. (таблица 15).

Таблица 15 - Структура издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12 по статьям за 2016 - 2018 гг.

№ п/п	Наименование статей	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста, %	
					2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Издержки обращения, тыс. руб.	5249,00 тыс. руб.	5236,00 тыс. руб.	5240,00 тыс. руб.	99,83%	100,08%
2	Условно-переменные	2905,04 тыс. руб.	2906,52 тыс. руб.	2914,11 тыс. руб.	100,31%	100,26%
3	Транспортные расходы	438,51 тыс. руб.	435,76 тыс. руб.	436,07 тыс. руб.	99,44%	100,07%
4	Расходы на рекламу	540,28 тыс. руб.	542,99 тыс. руб.	542,36 тыс. руб.	100,38%	99,88%
5	Расходы на оплату труда торгово-оперативных работников	1164,00 тыс. руб.	1164,00 тыс. руб.	1164,00 тыс. руб.	100,00%	100,00%
6	Отчисления на социальные нужды	386,12 тыс. руб.	386,01 тыс. руб.	386,81 тыс. руб.	100,18%	100,21%
7	Потери товаров	263,58 тыс. руб.	266,12 тыс. руб.	272,16 тыс. руб.	103,26%	102,27%
8	Прочие расходы	112,55 тыс. руб.	111,63 тыс. руб.	112,71 тыс. руб.	100,14%	100,97%

Окончание таблицы 15

1	2	3	4	5	6	7
9	Условно-постоянные	2343,96 тыс. руб.	2329,48 тыс. руб.	2325,89 тыс. руб.	99,23%	99,85%
10	Расходы на содержание зданий, помещений, оборудования и инвентаря	403,09 тыс. руб.	400,64 тыс. руб.	400,03 тыс. руб.	99,24%	99,85%
11	Расходы на оплату труда административных работников	984,00 тыс. руб.	988,00 тыс. руб.	988,00 тыс. руб.	100,41%	100,00%
12	Отчисления на социальные нужды	229,51 тыс. руб.	217,16 тыс. руб.	216,01 тыс. руб.	94,12%	99,47%
13	Расходы на хранение товара на складе	206,27 тыс. руб.	196,99 тыс. руб.	198,16	96,07%	100,59%
14	Прочие расходы	521,09 тыс. руб.	526,69 тыс. руб.	523,69 тыс. руб.	100,50%	99,43%

На основании анализа структуры издержек обращения магазина «Елисеич» №12 по статьям расходов, представленных в таблице 15, можно сделать следующие выводы:

Наибольшее количество издержек магазина составляют условно-переменные издержки (2914,11 тыс.руб на конец анализируемого периода), доля от общей суммы – 55,61%. Темпы прироста условно-переменных издержек в 2016-2017 году –0,31%, в 2017-2018 году – 0,26%. Увеличение переменных издержек произошло за счет роста расходов на рекламу (0,38%), существенного роста порчи и потери товаров (3,26%), а также увеличением страховых взносов, что обусловлено налоговым законодательством.

Также наблюдается тенденция к снижению условно-постоянных издержек (18,07 тыс.руб.), что достигнуто путем сокращения затрат на амортизацию основных фондов (0,76%) и рационализацию складской

логистики (3,93%). Для наибольшей наглядности структура издержек магазина за отчетный год представлена в виде круговой диаграммы (рисунок 5).



Рисунок 5 – Структура издержек обращения за отчетный год

Следовательно, необходимо более детальное изучение статей издержек, имеющих наибольший темп роста, с целью выявления резервов для их снижения.

Наибольшие темпы роста имеет статья издержек, вызванных потерями товаров. Что обуславливает необходимость их более детального изучения, с целью выявления направлений для их снижения.

Таблица 16 - Анализ статей товарных потерь магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Название	Период			Темп роста	
		2016	2017	2018	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
1	2	3	4	5	6	7
1	Товарные потери	263,58 тыс.руб.	266,12 тыс.руб.	272,16 тыс.руб.	103,26%	102,27%
2	Просроченная продукция	88,20 тыс.руб.	88,17 тыс.руб.	88,69 тыс.руб.	100,56%	100,59%
3	Подреализационные потери	165,14 тыс.руб.	167,41 тыс.руб.	172,16 тыс.руб.	104,25%	102,84%
4	Кражи	10,24 тыс.руб.	10,54 тыс.руб.	11,31 тыс.руб.	110,45%	107,31%

Анализ данных таблицы 16 позволяет сделать выводов, что наибольший удельный вес имеет статья «Подреализационные потери» (63,26% от общей суммы издержек магазина, связанных с потерей товаров в 2018 году), на конец 2018 года увеличение составило 4,25% . Графическое отражение информации, представленной в таблице 16, содержит рисунок 6.

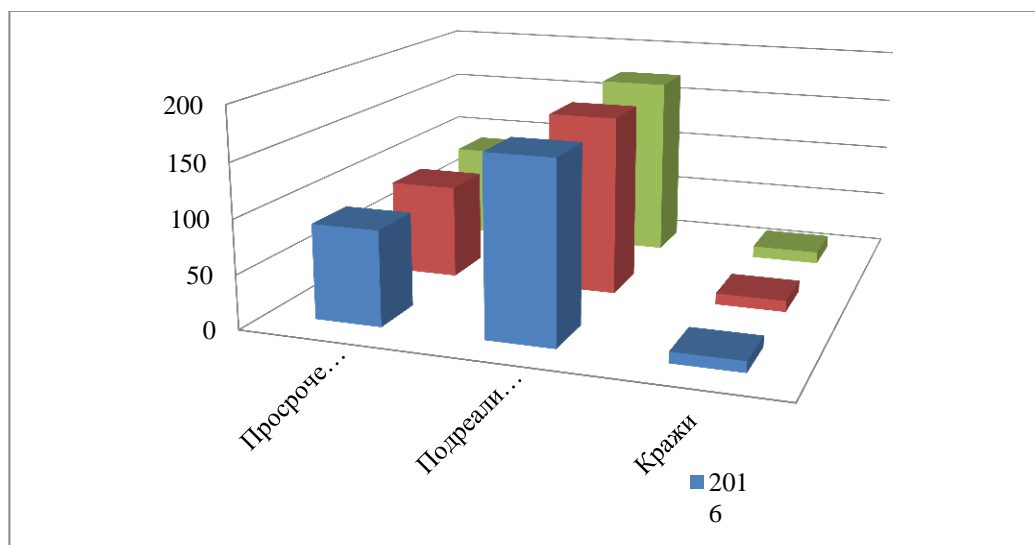


Рисунок 6 – Структура товарных потерь магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг.

Издержки обращения, связанные с товарными потерями, имеют существенную тенденцию к увеличению относительно других статей издержек. На протяжении рассматриваемого периода общий рост составил 3,26% (8,58 тыс.руб.), за 2016-2017 год увеличение составляло 2,27%.

Для наиболее детального изучения причин возникновения большого количества подреализационных затрат магазина проведен анализ их структуры (таблица 17).

Таблица 17 - Структура подреализационных потерь магазина «Елисеич» №12

№ п/п	Наименование категории подреализационных товарных потерь	Период			Доля категории в общей сумме подреализационных товарных потерь, 2018год,%
		2016	2017	2018	
1	2	3	4	5	6
1	Удаление малоценных частей товара	52,51 тыс.руб.	52,54 тыс.руб.	56,18 тыс.руб.	32,63%
2	Отделение составных частей товара, утративших функциональное назначение	39,86 тыс.руб.	40,05 тыс.руб.	41,52 тыс.руб.	24,12%
3	Раскрошка товаров	52,20 тыс.руб.	53,82 тыс.руб.	53,49 тыс.руб.	31,07%
4	Отделение от основной массы товара его составных компонентов	20,57 тыс.руб.	21,00 тыс.руб.	20,97 тыс.руб.	12,18%
5	Итого	165,14 тыс.руб.	167,41 тыс.руб.	172,16 тыс.руб.	100%

Из таблицы 18 следует: наибольшие расходы, связанные с подреализационными потерями, магазин «Елисеич» №12 имеет по следующим

категориям: удаление малоценных частей товара (32,63%), что связано с нерациональным осуществлением разуба мяса, а также раскрошкой товара и утраты его товарного вида (31,07%) в результате осуществления транспортировки и фасовки товаров. Суммарное значение данных потерь составляет 109,67 тыс. за 2018 год.

Существенные темпы роста также отмечены у статьи «Кражи», которые составили в 2016-2018 гг. 10,45%. Увеличение данных расходов стабильно, что свидетельствует о недостатках в процессе организации сохранности товаров.

Также магазин «Елисеич» 12 имеет высокий уровень затрат на рекламу (542,36 тыс. руб.). Расходы на рекламу торговая организация компенсирует, путем их закладывания в торговую наценку, что отрицательно сказывается на конкурентоспособности магазина, как результат снижении товарооборота. Их структура представлена в таблице 18.

Таблица 18 - Анализ расходов на рекламу магазина «Елисеич» №12

Наименование расходов	Величина расходов, тыс.руб.			Доля статьи расходов от общей величины издержек на рекламу, %		
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Рекламные стенды	53,12 тыс.руб.	52,24 тыс.руб.	52,96 тыс.руб.	9,78%	9,63%	9,76%
Рекламные плакаты	70,98 тыс.руб.	71,06 тыс.руб.	70,24 тыс.руб.	13,07%	13,10%	12,95%
Баннерная реклама	418,89 тыс.руб.	419,06 тыс.руб.	419,16 тыс.руб.	77,15%	77,26%	77,28%
Итого	542,99 тыс.руб.	542,36 тыс.руб.	542,36 тыс.руб.	100%	100%	100%

Из таблицы 18 следует, что магазина «Елисеич» №12 осуществляет рекламную деятельность в трех направлениях: расположение рекламных

стендов на территории села Узюково, рекламные плакаты на магазине и на территории села, а также баннерная реклама. Наибольший удельный вес в статье расходов на рекламу имеет баннерная реклама (77,28%, динамика роста величины расходов составляет 0,13%, наименьший – рекламные стенды. Число баннеров – 2 ед., стендов – 10 ед., а также 12 ед. натяжных рекламных плакатов. Информация, содержащаяся на всех вышеперечисленных рекламных носителях представляет собой графические указатели местонахождения, контактную информацию, содержит графическую эмблему магазина с указанием названия.

Анализ издержек обращения магазина «Елисеич» №12 выявил: наибольшие темпы роста имеют условно-постоянные издержки, а именно: расходы на рекламу и потери товаров. Изучение данных статей издержек, с целью выявления наименее рентабельных расходов магазина, позволило определить основные направления их снижения: подреализационные потери (общая сумма 172,16 тыс.руб, темпы роста – 4,25%), и рационализация рекламных расходов.

Выводы по главе 2 дипломной работы:

Магазин «Елисеич» №12 входит в состав ООО «Трейд-Логистик» и осуществляет деятельность по розничной продаже продовольственных и непродовольственных товаров в селе Узюково. Штат объекта исследования состоит из 15 работников, непосредственное руководство деятельностью, а также реализацию стратегических и тактических планов осуществляет управляющий. Анализ экономических показателей за 2016-2018 гг. отражает их рост, но их темпы роста снижаются. Наблюдается увеличение торговой наценки (вызванного существенным увеличением закупочных цен о всем категориям товаров, и всем производителям), что неприемлемо в условиях возрастающей на данной территории конкуренции, следовательно, необходимо разработать мероприятия, направленные на снижение цен, без ущерба для уровня прибыли и рентабельности. С этой целью был проведен анализ издержек обращения магазина, на основании которого было выявлено нерентабельные расходы (рекламные издержки и потери товаров), которые являются направлениями для

снижения затрат торговой организации, следовательно, снижения реализационных цен и повышения эффективности коммерческой деятельности.

3 Разработка мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазин «Елисеич» №12

3.1 Разработка мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12

В ходе проведения анализа издержек обращения магазина «Елисеич» №12 за 2016-2018 гг., было выявлено, что на протяжении рассматриваемого периода расходы на рекламную деятельность имеют стабильно высокое значение.

По результатам исследования статей издержек, вызванных проведением рекламных мероприятий, можно сделать вывод, что наиболее существенные расходы приносит применение баннерной рекламы (419,16 тыс.руб. в год, 77%).

На данный момент магазин осуществляет рекламную деятельность по трем направлениям: баннерная реклама, рекламные плакаты и стенды, все из них несут общую информацию о названии магазина, фирменном знаке, а также режиме работы и местонахождении торговой точки, но не информируют покупателей об акциях и товарных новинках.

Так как магазин осуществляет свою деятельность в селе длительный период (более 5 лет), следовательно, нет необходимости в проведении постоянных рекламных мероприятий, нацеленных на информирование о местонахождении и специфике работы магазина.

Также учитывая нацеленность покупателей на приобретение товаров по наиболее низкой цене, рациональным является замена реализуемых видов рекламы на более дешевую и информативную, а именно - печать и бесплатную раздачу листовок в прикассовой зоне, а также установку стационарных складных стендов (штендеров) около входа в магазин.

Для осуществления печати листовок необходимо сотрудничество с типографиями, для определения наиболее подходящего варианта, сочетающего

качество изделий и невысокую цену, было проведено исследование предложений в городе Тольятти. Было проведено исследование, в ходе которого отобраны три крупные типографии, осуществляющие свою деятельность длительный срок и имеющие хорошую репутацию в городе. Сравнительная характеристика типографий отражена в таблице 19. Проведен анализ на закупку листовок формата А6, имеющих цветное исполнение и следующее содержание: логотип и название магазина, перечень акционных товаров с указанием цены и сопутствующим изображением.

Таблица 19 – Сравнительная характеристика типографий города Тольятти

№ п/п	Название организации	Минимальная цена за ед.	Минимальный заказ, при котором действует минимальная тарифная ставка за ед.
1	2	3	4
1	«Лада-Принт»	0,52 руб.	100000 шт.
2	«Аэропринт»	0,35 руб.	10000 шт.
3	«ВсеЛистовки»	0,35 руб.	100000 шт.

Таким образом, из таблицы 19 следует, что наиболее выгодные ценовые предложение предлагают «Аэропринт», «ВсеЛистовки», минимальная цена за единицу составляет 0,35 руб. Так как данный вид рекламной деятельности является новым для магазина, наиболее рациональным является осуществление одноразового заказа небольшой партией, следовательно, предпочтительной является типография «Аэропринт».

Предлагается осуществление стартовой закупки 10000 экземпляров, общий планируемый объем за 2018 год составляет 100000 листовок, учитывая проходимость магазина. Таким образом, общие годовые затраты на осуществлений данного рекламного мероприятия составляют 35 тыс.руб. в год.

Вторым рекомендуемым направлением осуществления рекламной деятельности является установка стационарного складного стенда около входа в магазин. Это рекламный штандер односторонний для крепления печатной рекламы, что обусловлено простотой смены информации и отсутствием дополнительных расходов. В рамках реализации мероприятия предлагается закупка носителя, имеющего стандартные габариты: 0,595x1,18м. Преимуществом данного метода рекламы является то, что магазин располагается в центре села, имеет высокую проходимость, следовательно, большой охват аудитории, которая может заинтересоваться рекламным предложением. А также невысокие расходы, которые магазин несет на одноразовую закупку стенда. Средние цены на закупку оборудования представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Анализ цен на закупку стационарного рекламного оборудования (штандер)

№ п/п	Название организации	Цена за единицу оборудования	Доставка оборудования	Итого
1	2	3	4	5
1	«Промо Просто»	5200 руб.	Бесплатно	5200 руб.
2	«Астра ТЛТ»	3500 руб.	500 руб.	4000 руб.
3	«РПК Цвет»	3900 руб.	750 руб.	4650 руб.

Исследование торговых предложений по закупке рекламных штандеров (табл. 20) выявило то, что большинство товаров реализуется торговыми посредниками, что существенно увеличивает цену, следовательно, наиболее выгодным является прямая закупка у производителя.

Были выявлены три крупных производителя, цена на товары, которых существенно отличается, так как компания «Промо Просто» территориально располагается в Москве и осуществляет деятельность по всей стране (цена 5200

руб.), «Астра ТЛТ» и «РПК Цвет» располагаются на территории Самарской области.

«Астра ТЛТ» производственная организация, реализующая товары в городе Тольятти имеет наиболее низкую цену и высокое качество изготовления, а также предоставляет гарантию 3 года на товары. Так как магазин «Елисеич» №12 располагается за пределами города Тольятти, стоимость доставки оборудования составляет 500 рублей. Общие годовые затраты от закупки рекламного стационарного штендера составляют 4 тыс. руб.

С целью оценки экономической эффективности мероприятия по смене направлений рекламной деятельности магазина, составлена таблица 21.

Таблица 21 – Эффект от внедрения мероприятия по повешению эффективности коммерческой деятельности магазина за счет снижения издержек на рекламу

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
1	Затраты на реализацию мероприятия	39,00 тыс.руб.
	В т.ч изготовление листовок	35 тыс.руб.
	В т.ч закупка рекламного штендера	4 тыс.руб. (3,5 тыс.руб. - стоимость оборудования, 0,5 тыс.руб. – доставка).
2	Снижение издержек обращения при внедрении мероприятия, тыс.руб.	542,36 тыс.руб. (экономия за счет отмены существующей рекламной компании) - 39,00 тыс.руб. = 503,36 тыс.руб.
3	Планируемый уровень издержек обращения	14,70 %
4	Динамика изменения затрат на рекламу до и после внедрения мероприятия, %	$(503,36 \text{ тыс.руб.} / 542,36 \text{ тыс.руб.}) * 100 = 92,84\%$
5	Динамика изменения издержек обращения до и после внедрения мероприятия, %	$(4736,64 \text{ тыс.руб. (планируемая величина издержек обращения)} / 5240,00 \text{ тыс.руб. (издержки обращения 2018 г.)}) * 100 - 100 = 9,61\%$

Таким образом, после проведения анализа эффекта от внедрения мероприятия по повешению эффективности коммерческой деятельности магазина на основе снижения издержек на рекламу (таблица 21), предлагается

провести полную замену направлений рекламной деятельности магазина «Елисеич» №12 в связи с высокими затратами, переносящими свою величину на стоимость реализуемой продукции, следовательно, увеличивающих торговую наценку.

Осуществление мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина на основе снижения издержек на рекламу состоит из трех последовательных операций:

1. Прекращение осуществляемой рекламной деятельности сократит издержки обращения магазина на 542,36 тыс.руб. в год.

2. Осуществление заказа печатных рекламных носителей (листовок). Затраты на осуществление печати годового объема рекламных листовок составляют 35 тыс.руб. Раздача листовок будет осуществлена посредством их размещения в прикассовой зоне, следовательно, не несет затрат для предприятия. Разработка их информационного содержания произведена управляющей магазином.

3. Организация наружной рекламы путем закупки рекламного штендера. Закупочная стоимость единицы рекламного оборудования составляет 3,5 тыс.руб., стоимость доставки до магазина «Елисеич» №12 производителем составляет 0,5 тыс.руб. Информационное содержание - крепление на них печатных листовок.

Следовательно, экономический эффект от внедрения мероприятия представляет собой годовое снижение издержек на рекламу на 92,84% и общее снижением издержек обращения на 9,61%.

Анализ издержек обращения позволил выявить существенную динамику роста потерь товаров (5,25% с 2016 гг. – по 2018гг.), причиной чего является увеличение подреализационных затрат (увеличение на 12,4% за аналогичный период). Данный вид издержек обращения полностью закладывается в товарную наценку, что отрицательно сказывается на росте цен, как следствие, конкурентоспособности магазина.

Таким образом, рекомендуется внедрение мер по их снижению, а именно применению малоценных частей товара, товаров, потерявших товарно-эстетический вид в результате раскрошки (которые ранее списывались за счет средств магазина и утилизировались) для нужд собственного производства.

Для выявления резервов сокращения подреализационных затрат, в таблице 17 подробно рассмотрена их структура. Наибольшую долю в структуре подреализационных затрат имеет удаление малоценных частей товаров (32,63%) и раскрошка товаров (к данной категории относятся товарные потери, вызванные потерей товарного вида весовой продукции бакалейной группы), а именно 31,07%. Так как товары, относящиеся к данной категории, в результате раскрошки не теряют своих микробиологических свойств и пригодны для дальнейшего использования, наиболее рационально осуществлять их переработку и дальнейшую перепродажу. К товарам, с которых удаляются малоценные составляющие, относят: мясную и рыбную продукцию свежемороженую и охлажденную, колбасы и сыры, фрукты и сухофрукты (все разновидности, включенные в ассортиментный перечень магазина).

Магазин «Елисеич» №12 осуществляет деятельность по производству салатов, полуфабрикатов и мелкоштучных хлебобулочных изделий (что в условиях ужесточившейся конкуренции, связанной с открытием магазина «Пятерочка» в непосредственной близости от объекта исследования является конкурентным преимуществом, ввиду отсутствия аналогичных предложений в других магазинах на территории села Узюково). На момент исследования для нужд собственной кулинарии магазина осуществляется заказ сырья у производителей. Деятельность по приготовлению продукции осуществляет продавец, совмещающий основную деятельность с функциями повара-пекаря, что обусловлено небольшими масштабами производства, следовательно, небольшими временными затратами на осуществление производственного процесса.

Таким образом, использование малоценных частей товаров (например, переработка малоценных частей мясного разруба, а также бакалейных,

кондитерских и прочих изделий, утративших товарный вид), позволят снизить подреализационные издержки магазина, а также сократить затраты на отдельную закупку для производства.

Анализ структуры товарных потерь магазина «Елисеич» №12 при внедрении мероприятия по снижению подреализационных издержек содержит таблица 22.

Таблица 22 - Динамика изменения величины товарных потерь, относящихся к подреализационным издержкам магазина «Елисеич» №12 при внедрении мероприятия

№ п/п	Наименование категории подреализационных товарных потерь	Период		Эффект от мероприятия	
		2018 исходные данные	2019 (с учетом внедрения мероприятия)	тыс.руб.	%
1	2	3	4	5	6
1	Удаление малоценных частей товара	56,18 тыс.руб.	0 тыс.руб.	56,18 тыс.руб.	100%
2	Отделение составных частей товара, утративших функциональное назначение	41,52 тыс.руб.	41,52 тыс.руб.	-	-
3	Раскрошка товаров	53,49 тыс.руб.	0 тыс.руб.	53,49 тыс.руб.	100%
4	Отделение от основной массы товара его составных компонентов	20,97 тыс.руб.	20,97 тыс.руб.	-	-
5	Итого	172,16 тыс.руб.	62,49 тыс.руб.	109,67 тыс.руб.	36,30%

Таким образом, при внедрении мероприятия по переработке малоценных частей товара и товаров, и товаров, утративших товарный вид вследствие раскрошки, путем использования для нужд производства величина издержек обращения магазина снизится на 109,67 тыс.руб.

Таблица 23 – Эффект от внедрения мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12 за счет снижения подреализационных издержек

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
1	Затраты на реализацию мероприятия	-
2	Снижение издержек обращения при внедрении мероприятия	109,67 тыс.руб.
	в т.ч. сокращение затрат, вызванных удалением малоценных частей товара	56,18 тыс.руб.
	в т.ч. сокращение затрат, вызванных раскрошкой товаров	53,49 тыс.руб.
3	Планируемый уровень издержек обращения	15,92%

Из таблицы 23 следует, что снижение издержек обращения после внедрения мероприятия составит 109,67 тыс.руб., что обусловлено сокращением затрат, вызванных удалением малоценных частей товара на 56,18 тыс.руб. и затрат, вызванных раскрошкой товаров на 53,49 тыс.руб., путем использования продукции для нужд собственного производства.

Таким образом, так как магазин «Елисеич» №12 на протяжении длительного времени осуществляет изготовление по производству салатов, полуфабрикатов и мелкоштучных хлебобулочных изделий, данный процесс является налаженным и не требует дополнительных финансовых вложений (найма дополнительных штатных единиц, оборудования и тары). Внедрение мероприятия по снижению подреализационных издержек как подстатьи издержек обращения «Потери товаров», а именно использование малоценных частей товара, товаров, потерявших товарно-эстетический вид в результате

раскрошки для нужд собственного производства (производству салатов и полуфабрикатов и мелкоштучных хлебобулочных изделий) нацелено на эффективное применение сырья и продукции, закупаемой для осуществления торговой деятельности, как результат повышения эффективности коммерческой деятельности магазина.

Экономический эффект от внедрения мероприятия обусловлен сокращением подреализационных затрат на 36,30% и общему снижению издержек обращения магазина «Елисеич» №12 на 2,09% в год относительно значения 2018 года.

Внедрение мероприятия по снижению подреализационных издержек (как подстатьи издержек обращения «Потери товаров») за счет применения малоценных частей товара, и товаров, потерявших товарно-эстетический вид в результате раскрошки, для нужд собственного производства, на практике является экономически обоснованным.

В ходе проведения анализа ассортимента объекта исследования было выявлено, что такой качественный показатель, как коэффициент обновления, на протяжении 2016-2018 года имеет низкие значения, а также отрицательную динамику роста. Низкий уровень обновления ассортимента в условиях возрастающей конкуренции является фактором, ограничивающим привлечение новых покупателей, как следствие роста товарооборота.

Так как в условиях большого количества товарных предложений, покупатели склонны приобретать привычные им товары по более низкой цене, одним из способов привлечения новых покупателей и удержания старых, является предоставление широкого спектра товаров-новинок.

Одним из преимуществ внедрения товаров-новинок крупных производителей является то, что по данным позициям предоставляется 100% возврат поставщику в случае его нереализации. Следовательно, при увлечении товарооборота величина издержек обращения остается неизменной, также возникает положительный эффект их снижения за счет привлечения новых покупателей и увеличения проходимости магазина.

Таким образом, предлагается мероприятия по увеличению коэффициента обновления ассортимента за счет введения в продажу большого количества товаров-новинок.

На практике наиболее часто товары-новинки вводят в ассортиментные группы, относящиеся к товарам повседневного спроса, пользующихся устойчивым спросом, также товары с низким уровнем обновления. В ходе анализа товарных групп было выявлено, что, исходя из вышесказанного, рационально провести мероприятия по повышению коэффициента обновления следующих ассортиментных групп, а именно: молочные продукты, хлебобулочные изделия, бакалейные товары, в том числе соки и воды, а также кондитерские изделия. Коэффициент обновления товарных групп представлен на рисунке 7.

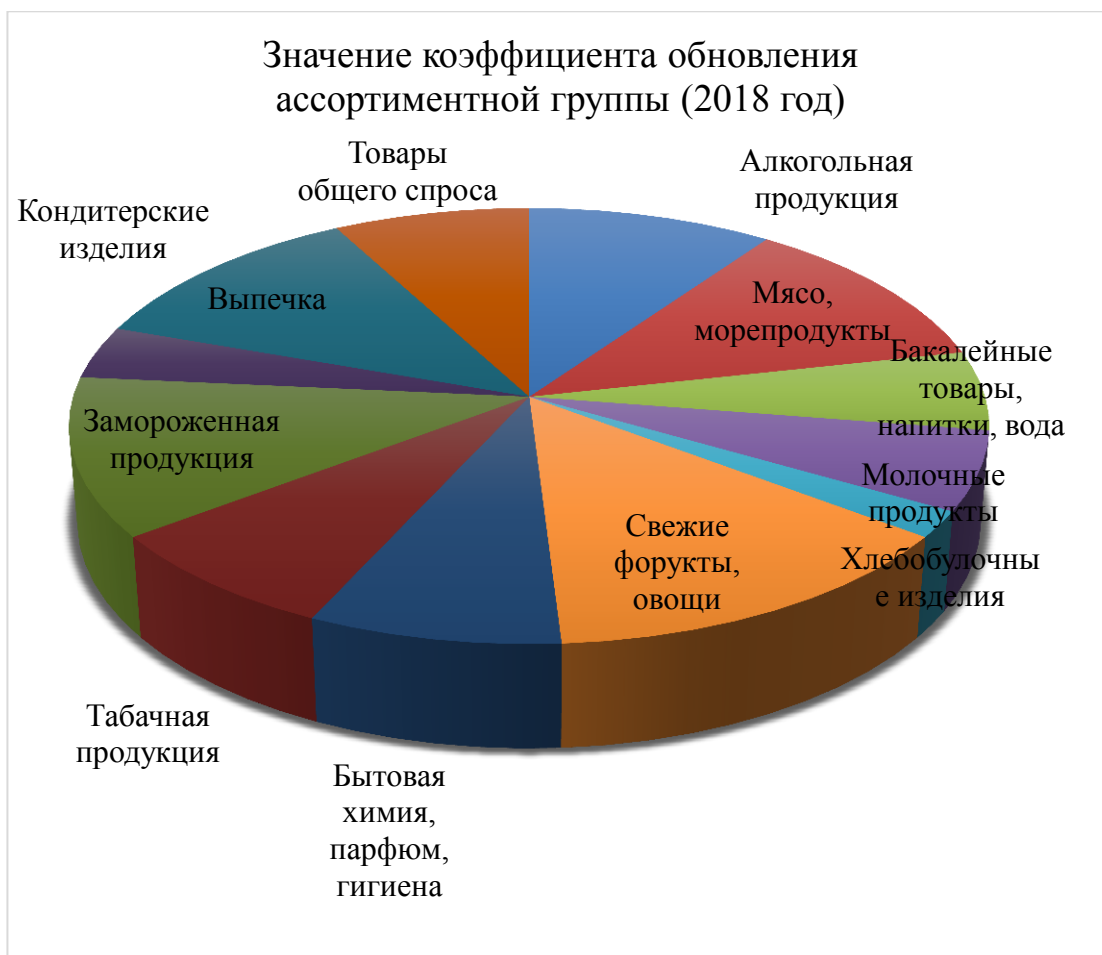


Рисунок 7 – Величина коэффициента обновления ассортиментных групп магазина «Елисеич» №12 за отчетный год (2018 г.).

Было проведено исследование основных производителей по выбранным ассортиментным группам, с целью выявления количества предлагаемых к реализации товарных новинок, а также величины введённых товаров-новинок в реализацию магазином «Елисеич» №12, по данным исследования была составлена таблица 24.

Таблица 24 - Выбор производителей, посредством внедрения товаров-новинок которых предлагается реализовать предложенное мероприятие

№ п/п	Ассортиментная группа	Наименование производителя/поставщика продукции	Количество реализуемых наименований товаров	Количество товаров-новинок	
				Всего поступило предложений, шт.	Ведено в реализацию, шт.
1	2	3	4	5	6
1	Молочная продукция	«Юнимилк»	48 шт.	12 шт.	4 шт.
		«ТМК»	24 шт.	11 шт.	2 шт.
2	Хлебобулочные изделия	«Тольятти Хлеб»	11 шт.	6 шт.	2 шт.
		«Самарский Хлеб Завод №5»	8 шт.	4 шт.	1 шт.
3	Бакалейные товары	«ОптимаВолга»	94 шт.	41 шт.	16 шт.
		«Далимо»	51 шт.	29 шт.	14 шт.
		«Волжанка»	10 шт.	8 шт.	2 шт.
		«ТольяттиМинВоды»	9 шт.	2 шт.	0 шт.
		«CocaCola»	22 шт.	10 шт.	4 шт.
4	Кондитерские изделия	«Лиронас»	14 шт.	9 шт.	3 шт.
		«Мирель»	13 шт.	6 шт.	4 шт.
5	Итого	11 ед.	304 шт.	138 шт.	52 шт.

По данным таблицы 24 следует: общее количество крупных поставщиков продукции по анализируемым товарным группам, составляет 11 организаций.

Выбор организаций обусловлен величиной их доли в товарообороте (наиболее крупные поставщики и производители). Общее количество товарных наименований по выделенным производителям составляет 308 ед., коэффициент обновления 0,17%.

Внедрение в ассортимент товаров-новинок по всем анализируемым производителям проводится на следующих условиях: бесплатная доставка товара, а также осуществление 100% возврата в случае не реализации при соблюдении минимальной величины отгрузок товаров-новинок (таблица 25).

Таблица 25 – Условия поставок товаров-новинок по анализируемым производителям

№ п/п	Наименование производителя/поставщика продукции	Общее количество предлагаемых товаров-новинок	Величина товаров-новинок, при заказе которых возврат осуществляется за счет производителя	Средняя цена закупочная за единицу
1	2	3	4	5
1	«Юнимилк»	12 шт.	150 шт.	31,14 руб.
2	«ТМК»	11 шт.	150 шт.	30,65 руб.
3	«Тольятти Хлеб»	6 шт.	120 шт.	35,16 руб.
4	«Самарский Хлеб Завод №5»	4 шт.	100 шт.	38,19 руб.
5	«ОптимВолга»	41 шт.	215 шт.	62,14 руб.
6	«Далимо»	29 шт.	200 шт.	89,12 руб.
7	«Волжанка»	8 шт.	200 шт.	21,16 руб.
8	«ТольяттиМинВоды»	2 шт.	180 шт.	18,34 руб.
9	«CocaCola»	10 шт.	200 шт.	43,65 руб.
10	«Лиронас»	9 шт.	50 шт.	144,12 руб.
11	«Мирель»	6 шт.	50 шт.	205,77 руб.
12	Средние значения	12,55 шт.	146,82 шт.	65,40 руб.

Из таблицы 25 следует, что средняя величина предлагаемых товаров-новинок по всем производителям составляет 12,55 наименований в год, средняя цена за единицу – 65,40 руб.

При внедрении товаров-новинок заключается соответствующий договор поставки. Таким образом, выгодой для магазина является отсутствие роста издержек при увеличении товарооборота. Оценка прироста товарооборота за

счет внедрения в продажу товаров-новинок в указанном объеме, представлена в таблице 26.

Таблица 26 – Увеличение товарооборота магазина «Елисеич» №12 за счет внедрения в продажу товаров-новинок анализируемых поставщиков

№ п/п	Наименование производителя/поставщика продукции	Средняя цена закупочная за единицу	Средняя цена реализации	Обязательный объем закупок	Прирост валового дохода на ед. продукции, руб.
1	1	2	3	4	5
1	«Юнимилк»	31,14 руб.	39,24 руб.	150 шт.	5,89 руб.
2	«ТМК»	30,65 руб.	38,62 руб.	150 шт.	5,79 руб.
4	«Тольятти Хлеб»	35,16 руб.	44,30 руб.	120 шт.	5,32 руб.
3	«Самарский Хлеб Завод №5»	38,19 руб.	48,12 руб.	100 шт.	4,82 руб.
4	«ОптимВолга»	62,14 руб.	72,30 руб.	215 шт.	15,15 руб.
5	«Далимо»	89,12 руб.	112,29 руб.	200 шт.	22,46 руб.
6	«Волжанка»	21,16 руб.	26,66 руб.	200 шт.	5,32 руб.
7	«ТольяттиМинВоды»	18,34 руб.	23,11 руб.	180 шт.	4,16 руб.
8	«CocaCola»	43,65 руб.	55,00 руб.	200 шт.	11,00 руб.
9	«Лиронас»	144,12 руб.	143,79 руб.	50 шт.	7,19 руб.
10	«Мирель»	205,77 руб.	259,27 руб.	50 шт.	12,96 руб.
11	Итого	719,44 руб.	862,70 руб.	1615 шт.	99,36 руб.

Данные таблицы 26 отражают, что годовой прирост валового дохода при внедрении товаров-новинок составит 160,45 тыс. руб. (учитывая обязательный объем закупок и прирост валового дохода за реализацию 1 ед. товара-новинки) при неизменной величине издержек обращения. Подробный расчет экономического эффекта по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12 за счет увеличения в ассортименте доли товаров-новинок представлен в таблице 27.

Таблица 27 – Эффект от мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12 за счет увеличения товаров – новинок в ассортименте

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
1	Затраты на реализацию мероприятия	-
2	Величина новых наименований товаров	86
3	Увеличение коэффициента обновления ассортимента	0,28%
4	Увеличение товарооборота	160,45 тыс.руб.
6	Планируемый уровень издержек обращения	16,18%

Таким образом, сущность предлагаемого мероприятия состоит в увеличении доли товаров-новинок в ассортименте магазина «Елисеич» №12, что является экономически выгодным по ряду причин:

- Реализация товаров на выгодных условиях. Так как производители продукции заинтересованы в продвижении новых товаров и ускорении процесса узнаваемости их покупателями, ими выдвигаются выгодные условия сотрудничества. А именно возврат продукции.
- Привлечение новых покупателей за счет разнообразия предлагаемой продукции.

При изучении договоров поставки магазина «Елисеич» №12 было выявлено, что при осуществлении заказа указанного объема продукции производитель гарантирует 100% возврат. Внедрение товарных новинок не влечет за собой дополнительных затрат, так как не требует увеличения или обновления основных фондов предприятия, не оказывает влияние на транспортные и складские издержки (в случае рационального определения

объема одноразовых заказов), а также не требует привлечения дополнительных рабочих ресурсов.

Из данных таблицы 27 следует, что при внедрении данного мероприятия величина новых товарных наименований составит 86 ед., что способствует увеличению коэффициента обновления ассортимента молочной, бакалейной, кондитерской продукции на 0,28%. Годовой прирост валовой прибыли составит 160,45 тыс.руб. при реализации обязательного объема товаров-новинок (1615 шт.).

3.2 Расчет эффективности внедрения мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения

Для повышения эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12 за счет снижения издержек обращения было разработано три мероприятия, целью которых также является устранение недостатков в организации деятельности магазина, выявленных во 2 главе дипломной работы.

Сводный расчет эффективности предложенных мероприятий отражен в таблице 28, который содержит в себе информацию о динамике изменения экономических показателей деятельности магазина до и после внедрения мероприятий.

Таблица 28 – Исходные данные для оценки эффекта от внедрения трех разработанных мероприятий

№ п/п	Показатели, ед. измерения	Обозначение показателя	2018 г.
1	2	3	4
1	Валовый доход, тыс. руб.	ВД	8380,42
2	Издержки обращения, тыс. руб.	ИО	5240,00
3	Уровень издержек обращения, %	УрИО	16,26
4	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Приб	3140,42

Данные таблицы 28 являются базой расчета экономической эффективности от внедрения трех предложенных мероприятий, который представлен в таблице 29.

Таблица 28 содержит в себе информацию об условных обозначениях, применяемых для расчета показателей, а также их исходные значения за 2018 год.

Таблица 29 – Сводный расчет эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Елисеич» №12, путем снижения издержек обращения

№ п/п	Показатели, ед. измерения	Формула расчета	Расчет показателя
1	2	3	4
1	Планируемые издержки обращения, тыс. руб.	ИО – снижение ИО плановое	5240,00-503,36-109,67=4626,97
2	Планируемый уровень издержек обращения, %	УрИО –(УрИО - Пл_УрИО)	16,26-1,56-0,34-0,08=14,28
3	Планируемая прибыль от продаж, тыс. руб.	ВД - Пл_ИО	8380,42 -4626,97=3753,45

Таблица 29 содержит информацию о прямых изменениях экономических показателей в результате внедрения предложенных мероприятий, так как эффективные мероприятия по модернизации торгового процесса, качества ассортимента и рекламной деятельности положительно отражаются на конкурентоспособности, способствуют привлечению новых клиентов, следовательно, способствует росту товарооборота и эффективности коммерческой деятельности магазина в целом.

Для оценки эффективности применения мероприятий, разработанных в главе 3 дипломной работы, необходимо провести анализ изменения основных показатели деятельности магазина «Елисеич» №12, на которое была нацелена их разработка, для наибольшей наглядности в таблице 30 приведена абсолютная величина их изменения и динамика.

Анализ динамики изменения показателей экономической деятельности магазина «Елисеич» №12 при внедрении предложенных мероприятий отражен в таблице 30.

Таблица 30 - Анализ динамики изменения показателей экономической деятельности магазина «Елисеич» №12 при внедрении предложенных мероприятий относительно значений 2018 года

№ п/п	Показатели, ед. измерения	2018 г.	После внедрения мероприятий	Темпы роста, %
1	2	3	4	5
1	Издержки обращения, тыс. руб.	5240,00	4626,97	88,3
2	Уровень издержек обращения, %	16,26	14,28	87,8
3	Прибыль от продаж, тыс. руб.	3140,42	3753,45	119,52

Положительный эффект от внедрения трех предложенных мероприятий:

Снижение издержек обращения на 11,70% при снижении уровня издержек обращения на 1,98% отражает положительную динамику товарооборота магазина, общую экономическую эффективность от внедрения мероприятий также подтверждает рост прибыли от продаж на 613,03 тыс.руб. (19,52%).

Таким образом, применение на практике предложенных мероприятий приведет к росту экономических показателей и увеличению эффективности

коммерческой деятельности на основе привлечения новых покупателей, увеличению степени лояльности постоянных клиентов и увеличению конкурентоспособности и экономической устойчивости магазина.

Заключение

Повышение эффективности коммерческой деятельности – процесс, который необходимо постоянно осуществлять любой торговой организации. Увеличение качественных и количественных показателей деятельности магазина является необходимым условием для сохранения экономической устойчивости и конкурентоспособности.

Одним из основных направлений повышения эффективности коммерческой деятельности является снижение издержек обращения. Рациональное и эффективное расходование денежных средств на осуществление торговой деятельности достигается путем контроля и анализа статей издержек, что позволяет выявить причины их увеличения и резервы для снижения.

В ходе написания дипломной работы было проведено изучение теоретических аспектов повышения эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения, а также их практическое применение на примере деятельности магазина «Елисеич» №12, на базе которого были разработаны мероприятия по ее совершенствованию.

Рассматривая деятельность ООО «Трейд-Логистик» магазина «Елисеич» №12, можно сделать вывод, что использование ценовой политики, характеризующейся высокой торговой наценкой, принесла краткосрочный экономический эффект, однако, снижение темпов роста основных экономических показателей свидетельствует о необходимости совершенствования торгового процесса.

Снижение издержек обращения, как комплекс мер, направленных на снижение затрат по отдельным статьям издержек, нацелен на улучшение или стабилизацию деятельности коммерческой организации.

Внедрение мер рационализации издержек обращения сопряжено с дополнительными затратами, однако при верном определении путей их снижения, наблюдается стабильное улучшение основных технико-

экономических показателей, следовательно, эффективности коммерческой деятельности магазина в целом.

Цель дипломной работы достигнута, так как были рассмотрены теоретические и практические аспекты процесса повышения эффективности коммерческой деятельности магазина за счет снижения издержек обращения, изучены различные направления осуществления данного процесса, а также предложены универсальные практические мероприятия по ее достижению.

Для достижения поставленной цели было поставлено следующие задачи:

1. Изучение теоретических аспектов проблемы повышения эффективности коммерческой деятельности, направлений способствующих снижению издержек обращения торговых организаций;

2. Проведение анализа экономической деятельности, внутренней и внешней среды коммерческой организации, статей издержек обращения ООО «Трейд-Логистик», на базе магазина «Елисеич» №12;

3. Выявление путей повышения эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения коммерческой организации на основе проведенного анализа;

4. Разработка и экономическое обоснование мероприятий по решению основных проблем, выявленных в процессе анализа.

Объектом исследования является ООО «Трейд-Логистик», магазин «Елисеич» №12.

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, относящиеся к повышению эффективности коммерческой деятельности на основе снижения издержек обращения магазина «Елисейский» №ЕМ-2.

В первой главе выпускной квалификационной работы была изучена экономическая сущность, методики и направления повышения эффективности коммерческой деятельности организации за счет снижения издержек обращения.

Во второй главе выпускной квалификационной работы был проведен анализ внешней и внутренней среды магазина «Елисеич» №12, входящего в состав ООО «Трейд-Логистик».

За счет данных анализов стали наглядно видны все проблемы и недостатки рассматриваемой коммерческой организации и были предложены пути их решения.

С целью определения направлений по совершенствованию коммерческой деятельности объекта исследования был проведен подробный анализ издержек обращения и выявлено, что резервом для их снижения являются высокие расходы на рекламу и подреализационные потери товаров, также повышение коэффициента обновления ассортимента, что положительно отразится на уровне издержек обращения, следовательно, коммерческой деятельности в целом.

Для устранения выявленных проблем были разработаны мероприятия, сущность которых заключается во внедрении новых методов рекламы взамен старых, переработка товаров, утративших эстетический внешний вид, для нужд собственного производства, а также внедрение большого количества товаров-новинок крупных производителей.

Проведение анализа экономического эффекта от внедрения мероприятий отразило изменение ряда показателей: снижение издержек обращения на 11,70% при снижении уровня издержек обращения на 1,98%, также рост прибыли от продаж на 613,03 тыс.руб. (19,52%).

Таким образом, внедрение мероприятий является экономически целесообразным.

Цель выпускной квалификационной работы достигнута, задачи решены. Все разработанные мероприятия могут быть эффективно реализованы в любой коммерческой организации.

Список используемой литературы

1. Альбеков, А. У. Экономика коммерческого предприятия [Текст] : учеб. пособие для экон. специальностей / А. У. Альбеков, С. А. Согомоян. - Изд. 2-е. - Ростов н/Д. : Феникс. - 2014. - 448 с. - Библиогр.: с. 438. - Прил.. - (Высшее образование)
2. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Калькуляция издержек обращения в торговле [Текст] : Учебное пособие./ Баканов М.И., Капелюш С.М. –М. : Экономика, 2017.
3. Арзуманова, Т. И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания [Текст] : учеб. для вузов по специальности "Экономика и упр. на предприятии (торговля и обществ. питание)" / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К. - 2014. - 273 с. : табл. - Библиогр.: с. 271-273.
4. Баженов, Ю. К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли [Текст] : учеб. пособие для вузов по направлениям "Торговое дело"(бакалавриат), "Экономика" (бакалавриат), "Менеджмент" (бакалавриат) / Ю. К. Баженов, Г. Г. Иванов. - М. : ФОРУМ [и др.]. - 2014. - 96 с. : ил. - Слов. терминов. - (Высшее образование)
5. Большой бухгалтерский словарь [Текст] : 10000 терминов / Ред. А. Н.Азрилиян. - М. : Институт новой экономики, 2016. - 570 с. - Библиогр.: с. 568 - 569.
6. Большой экономический словарь : 22000 терминов / Под ред. Азрилияна А.Н. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Институт новой экономики, 2016. - 1245 с.
7. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. Изд-е 2-е, перераб. и доп. М.-СПб.: Большая рос. энцикл.; Норинт, 2014. 1434 с.
8. Бухгалтерский учет в торговле [Текст] : оптовая торговля. Рознич. торговля. Обществ. питание. Заготов. предприятия / Г.А. Николаева, Л.П. Блицау. - Москва : Приор-издат, 2014. - 352 с. - (Налоги). - Библиогр.: с. 347.

9. Виноградова, С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Текст] : учеб. пособие / С. А. Виноградова, Н. В. Сорокина, Т. С. Жданова. - М. : Дашков и К. - 2015. - 206 с. : табл. - Библиогр.: с. 205-206. - Слов. терминов. - (Учебные издания для бакалавров)
10. Волгин А. Цели и задачи кадровой политики // Проблемы теории и практики управления. – 2018. - № 4. – С. 51-59.
11. Герасимова, В. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности в вопросах и ответах [Текст] : учеб. пособие для студентов экон. колледжей и сред. спец. учеб. заведений / В. А. Герасимова, И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицына. - М. : Дашков и К. - 2014. - 224 с. - Библиогр.: с. 213-215.
12. Ерохина, Л. И. Маркетинг в оптовой и розничной торговле [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальностям "Соц.-культур. сервис и туризм", "Коммерция" / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Е. В. Романеева. - М. : КноРус. - 2017. - 248 с. : ил. - Библиогр.: с. 245-248.
13. Калабина, С. Методы оценки и анализа качества обслуживания [Текст] / С. Калабина // Упр. магазином. Лучшие статьи. - 2014. - С. 62-65.
14. Кара, А. Н. Оценка конкурентоспособности при формировании стратегий предприятий сферы услуг по реализации конкурентных преимуществ [Текст] : монография / А. Н. Кара, Е. Ю. Кузнецова ; Тольят. гос. ун-т сервиса (ТГУС). - Тольятти : ТГУС. - 2018. - 193 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 171-178.
15. Козлюк, Н. В. Складской учет и аудит [Текст] / Н. В. Козлюк, С. Н. Угримова. - М. : МарТ. - 2014. - 399 с. : ил. - Библиогр.: с. 172. - Прил.. - (Экономика и управление)
16. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс [Текст] / Ф. Котлер ; [пер. с англ. Т. Виноградова [и др.] ; под ред. Ю. Н. Каптуревского]. - СПб. : Питер. - 2014. - 496 с. : ил. - Имен. указ. - Предм. указ.. - (Деловой бестселлер)
17. Курилов, К. Ю. Финансовая стратегия предприятия, содержание и основные компоненты [Текст] / К. Ю. Курилов // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - № 2. - С. 265-271. - Лит. в конце ст.

18. Лукашевич, В. В. Основы управления персоналом [Текст] : учеб. пособие по специальности "Упр. персоналом" / В. В. Лукашевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус. - 2016. - 270 с. : табл. - Библиогр.: с. 268-270.
19. Неруш, Ю. М. Логистика [Текст] : учебник / Ю. М. Неруш ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД РФ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ТК Велби [и др.]. - 2017. - 520 с. : ил. - Библиогр.: с. 512. - Прил..
20. Организация и управление торговым предприятием [Текст] : учеб. для вузов по специальности "Товароведение и экспертиза товаров" / Г. Г. Иванов [и др.] ; [под ред. Л. А. Брагина, Т. П. Данько]. - М. : ИНФРА-М. - 2015. - 303 с. - Библиогр. в конце гл. - (Высшее образование)
21. Плещенко, В. И. Оптимизация издержек предприятий при работе с альтернативными поставщиками [Текст] / В. И. Плещенко // Междунар. бухгалт. учет. - 2015. - № 41. - С. 42-46. - Библиогр. в конце ст.
22. Попова, Л. В. Современный управленческий анализ. Теория и практика контроллинга [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Попова, Т. А. Головина, И. А. Маслова. - М. : Дело и Сервис. - 2016. - 271 с. : табл. - Библиогр.: с. 268.
23. Пястолов, С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. для сред. проф. образования / С. М. Пястолов. - 12-е изд., стер. - М. : Академия. - 2014. - 384 с. : табл. - Библиогр.: с. 374-375. - Прил. - Крат. слов. понятий и терминов. - (Профессиональное образование. Экономика и управление).
24. Саталкина, Н. И. Экономика торговли [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. образования / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. - М. : ФОРУМ [и др.]. - 2016. - 232 с. : табл. - Библиогр.: с. 231.
25. Снегирева, В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [Текст] / В. Снегирева. - СПб. : Питер. - 2016. - 411 с. : табл. - Библиогр.: с. 403-411.
26. Современный экономический словарь [Текст] : словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцев, 2-е изд., испр. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 476 с.

27. Трубочкина, М. И. Управление затратами предприятия [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент орг." / М. И. Трубочкина. - Изд. 2-е, испр. и доп. - М. : ИНФРА-М. - 2015. - 319 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 314-315. - (Высшее образование: Бакалавриат)
28. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Колл. авторов ; Под общ. ред. А.Г. Грязновой. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 1168 с.
29. Хамидуллина, Г. Р. Ревизия и контроль на предприятиях торговли [Текст] : учеб. пособие для вузов / Г. Р. Хамидуллина ; под ред. М. В. Мельник ; Межвуз. науч.-метод. центр по бухучету, анализу и аудиту Финансовая акад. при Правительстве РФ, Казан. кооп. ин-т. - М. : КНОРУС. - 2014. - 95 с.
30. Щур, Д. Л. Основы торговли. Розничная торговля [Текст] / Д. Л. Щур, Л. В. Труханович. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дело и Сервис. - 2018. - 799 с. : табл. - (Справочник работника торговли)
31. Экономика. Толковый словарь. — М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.. 2018.
32. Barlow D.H. (Ed.). Diagnoses, dimensions, and DSM-IV [Special section]. *Journal of Abnormal Psychology*, 2014, 100(3), 300–453.
33. Hundt M. Modellbildung in der Wirtschaftssprache.Zur Geschichte der Institutionen-und The-oriefachsprachen der Wirtschaft. Tubingen: Max Niemeyer Verlag, 1995. 316 p.
34. Ortner L. Deutsche Wortbildung: Typen und Tendenzen / L. Ortner, E. MüllerBollhagen.– Hauptteil 4 : Substantivkomposita. – Berlin ; New York : de Gruyter, 2016. 863 p.
35. Hundt M. Modellbildung in der Wirtschaftssprache.Zur Geschichte der Institutionen-und The-oriefachsprachen der Wirtschaft. Tubingen: Max Niemeyer Verlag, 2015. 316 p.
36. Smyth A.M., Parker A.L., Pease D.L. A study of enjoyment of peas. *Journal of Abnormal Eating*, 2002, 8(3), 120–125.

Должностные обязанности сотрудников ООО «Трейд-Логистик», магазина «Елисеич» №12 регламентированы трудовым договором, а также внутренними правилами торговой организации.

Управляющий магазина осуществляет деятельность по руководству деятельностью магазина «Елисеич» №12, координирует деятельность подчиненных сотрудников, также контролирует выполнение стратегических и тактических планов, осуществляет своевременное и рациональное пополнение магазина продукцией, с учетом внешних и внутренних факторов, организует деятельность по анализу рынка. Осуществляет контроль за документооборотом торговой точки, реализует кадровую политику. Обеспечивает рациональность использования торговых и неторговых площадей, оборудования и прочего имущества. Контролирует соблюдение норм торговой деятельности. Проводит работы по анализу эффективности деятельности магазина, своевременно, корректируя выявленные недостатки в торговом процессе. Непосредственным начальником управляющего является директор сети.

Должностные обязанности бухгалтера: полное осуществление ведения бухгалтерского учета имущества магазина, хозяйственных операций, обязательств. Осуществление работ по обработке, анализу, контролю, архивированию, бухгалтерскому сопровождению движения денежных средств, сырьевых и товарно-материальных ценностей, основных средств магазина. Оформление отчетных калькуляций себестоимости товарно-материальных ценностей, работ и услуг. Производит инвентаризацию денежных средств, сырья, материалов и продукции, а также соответствующее документальное оформление в соответствии с правилами бухгалтерского учета и аудита. Выполнение отдельных поручений вышестоящего руководителя-управляющего магазина «Елисеич» №12.

Бухгалтер-оператор в рамках трудового договора выполняет следующие функции: прием, обработка, архивирование первичной документации, осуществляет работу с накладными. Производит сбор, оформление и подготовку данных для проведения бухгалтерского анализа. Принимает участие в проведении инвентаризации. Непосредственным руководителем данной штатной единицы является бухгалтер.

Должностные обязанности менеджера торгового зала включают: организация обслуживания покупателей магазина, контроль за сохранность товарно-материальных ценностей в торговом зале, устранение причин их утраты и порчи, урегулирование конфликтных ситуаций с покупателями магазина, работа с жалобами и предложениями. Анализ выкладки товаров, совершенствование осуществления мерчендайзинга, ведение контроля остатков товарно-материальных ценностей. Деятельность за предотвращением хищений товаров. Подготовка и проведение рекламных акций на территории торгового зала.

Старший продавец осуществляет отчетную деятельность на основе приходных и расходных документов, прием и передачу к месту хранения денежных средств из кассы, проверка соблюдения норм ведения кассовой отчетности. Комплекс мер по реализации товаров покупателям, подготовке товаров к продаже, оформлению витрин и стеллажей, ведению учета продукции и прочих товарно-материальных ценностей, контроль за работами, проводимыми в торговом зале магазина.

Продавец, основные должностные обязанности: пополнение товаров в торговом зале, подготовка товаров к продаже, контроль и замена ценников, ротация товара и проверка сроков годности, осуществление работ в гастрономе и зоне собственной кулинарии, консультирование и расчет покупателей и ведение кассовой отёчности. Работа с торговой и расчетной техникой в соответствии с правилами и нормами эксплуатации.

Штат работников также включает грузчиков-кладовщиков, уборщицу-фасовщицу.

Грузчик-кладовщик осуществляет следующие должностные обязанности: прием товаров по количеству и качеству, оформление сопутствующей документации, перемещение на место хранения и использования, и выдачу со склада различных материальных ценностей, оставляет дефектные ведомости на неисправные инструменты, приборы и т.д., составляет акты на их ремонт и списание, а также на недостачу и порчу материалов.

Уборщица-фасовщица осуществляет уборку служебных помещений, коридоров, санузлов, прилегающей территории. Осуществляет взвешивание товара, упаковку, заполняет упаковочный ярлык, бирки с указанием необходимых реквизитов (наименование, сорт, вес, цена, стоимость и др.), штриховое кодирование. Оформляет соответствующие документы по фасовке товара.