

## АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ\*\*\*

В статье рассматривается понятие коммерческой деятельности. Группировка показателей оценки коммерческой работы предприятий торговли, оценка отдельного торгового предприятия формирование его ассортимента товаров.

*Ключевые слова:* оценка коммерческой работы, планирование предложения, обеспечение товарами, формирование спроса, экономическая эффективность.

Понятие коммерческой деятельности – объемное и сложное, которое включает в себя методы, содержащие высокую полезность торговой операции всех сторон при сохранении выгоды для конечного потребителя. Ведь при отсутствии его, довольного потребителя, получающего ваши работы, услуги по оптимальной цене, становится недостижимой цель любого коммерческого предприятия – получение прибыли.

Анализируя коммерческую организацию, получаем четыре части описывающие различные виды деятельности компании. От баланса, равновесия этих частей зависит эффективность благосостояние и долголетие коммерческой компании.

Первая часть – «Ассортимент товаров и его формирование» содержит несколько признаков:

- широта ассортимента – реальное число вариаций, характеризующееся отношением товаров похожих и разных партий, которые имеются в наличии в текущей фирме;

- базовая широта – число позиций, разных видов товаров, которые регулируются нормативными и техническими документами;

- фундамент товарного ассортимента – число сортировочных позиций среди всякой номенклатурной группы.

- устойчивость ассортимента – способствует улучшению торгового обслуживания покупателей;

- Вторая часть – «Планирование товарного предложения и обеспечение товарами» содержит восемь свойств:

- увеличение роста приоритетных товаров фирмы;

- увеличение товарного предпочтения;

- изменение структуры ассортимента товаров исходящей из товарного предпочтения;

- объем планируемого валового дохода;

---

\* Жарникова Александра Александровна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail:zharnikova\_aleksandra@mail.ru.

\*\* Константинова Лия Файтуловна – доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: konstantinovalf@yandex.ru.

\*\*\* По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

- объем товарных запасов;
- качество товара.

С увеличением этих свойств, становятся эффективнее хозяйственные связи. Главным правилом их стабильной результативности остается выбор порядочного партнера для выполнения торговых поставок. На торговых крупных и средних предприятиях наблюдается наибольшая результативность коммерческой деятельности, это объясняется продолжительными связями с крупными поставщиками. Высокая информированность специалистов на больших фирмах о рыночной ситуации на текущие и будущие моменты создает дополнительный отрыв от малых конкурентов. В своей деятельности эти компании опираются чаще всего на нерегулярные, случайные связи. Основными поставщиками товаров у них являются обычно посредники, что не только осложняет фактический учет товарооборота, но и приводит к существенному росту затрат на производство, практически полному отсутствию контроля качества товара, что в конечном счете создает увеличение цен и потерю потребителей.

Третья часть – «Формирование и стимулирование спроса» используется при оценке соответствия объема и структуры спроса товарному предложению. Результат складывается из ассортимента товаров, его широты, спроса населения, а также факторов, влияющих на степень завершенности покупок. После предложения товаров потребителю формируется спрос населения и, анализируя его, производится закупка товаров, определяется ассортиментная и ценовая политика.

Четвертая часть – это «Экономическая эффективность коммерческой деятельности». Результативность управления коммерческой работой определяет ее суть. К свойствам, этой части, относятся прирост валового дохода и рост прибыли. Проведя анализ этой части в торговой фирме, предприниматель учитывает прибыль от всех видов деятельности, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров. Без контроля за этими параметрами могут выработаться избыточные материальные ценности, что скажется на изменении объема производства, нехватке в снабжении на предприятии, реализации и других причин.

Все перечисленные выше четыре части, описывающие коммерческую деятельность, складывают разобранную мозаику в успешную и понятную картину. Успешная и плодотворная коммерческая деятельность очень сильно влияет на экономические результаты, и на социальную эффективность торговли в целом. А они в торговле находятся в тесном союзе. Ключевым свойством эффективности управления торговли является качественное обслуживание и рентабельность предприятия.

Оценка коммерческой деятельности говорит об приспособлении предприятия к рыночным условиям, что позволяет выработать стратегию и тактику поведения торговых предприятий, а также повысить эффективность управления ими на уровне территории. Ее применение позволяет хозяйствующим субъектам определять слабые и сильные стороны торговой деятельности и сконцентрировать все условия на направлениях, являющихся наиболее перспективными и доходными.

### **Список использованной литературы**

1. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность : учебник / С.Н. Виноградова. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2012. – 288 с.
2. Радюкова Я.Ю. Специфика коммерческой деятельности на торговых предприятиях / Я.Ю. Радюкова // РБК. – 2014. – № 4 (11). – С. 32–36.
3. Денисова Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : учеб. пособие / Н.И. Денисова. – М. : Магистр, ИНФРА-М, 2012. – 480 с.
4. Иванов Г.Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. – М. : ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. – 384 с.