

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької
діяльності

Допущено до захисту
завідувач кафедри

“ _____ ” _____ 20 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за темою:
**«ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ТОВ «БАЯДЕРА ЛОГІСТІК»»**

Виконавець:

студентка Центру заочної та вечірньої форм навчання
(факультет)

Ілаєва Кароліна Дмитрівна
(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент.

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія Олександрівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

ПЛАН

ПЛАН.....	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ..	5
1.1 Сутність комерційної діяльності торгового підприємства.....	5
1.2 Управління комерційної діяльністю	13
1.3 Визначення ефективності комерційної діяльності.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БАЯДЕРА ЛОГІСТИК»	28
1.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «Баядера Логістик».....	28
2.2 Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Баядера Логістик»	34
1.3 Аналіз ефективності комерційної діяльності підприємства ТОВ «Баядера Логістик» ..	44
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БАЯДЕРА ЛОГІСТИК»	51
3.1 Підвищення ефективності комерційної діяльності за рахунок збільшення обсягів продажу за рахунок мерчандайзингу.....	51
3.2 Підвищення ефективності комерційної діяльності за рахунок покращення асортиментної політики компанії	56
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

ВСТУП

З розвитком товарно-грошових відносин різко збільшало різноманітність форм комерційної діяльності. У процесі комерційної діяльності підприємства вивчають попит населення та ринок збуту товарів, визначають потребу в них, виявляють джерела надходження та постачальників товарів, встановлюють з ними господарські зв'язки, ведуть оптову та роздрібну торгівлю, займаються рекламно-інформаційною діяльністю. Крім того, проводиться робота щодо формування асортименту та управління товарними запасами, надання торгових послуг. Всі ці операції взаємопов'язані між собою і виконуються у певній послідовності.

Таким чином, комерційна діяльність є одним із актуальних та найважливіших факторів забезпечення ефективного функціонування економічної системи в ринкових умовах господарювання. Комерційна робота у торгівлі є широку сферу оперативно-організаційної діяльності торгових організацій та підприємств, спрямовану скоєння процесів купівлі-продажу товарів задоволення попиту населення та отримання прибутку.

Метою кваліфікаційної роботи на здобуття ступеня бакалавра є дослідження теоретичних засад комерційної діяльності підприємства, а також розробка основних шляхів підвищення її ефективності.

Для того, щоб досягти мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідження сутності комерційної діяльності сучасного торгового підприємства, її теоретичні основи та принципи функціонування;
- визначити основні засади управління комерційною діяльністю на підприємстві;
- проаналізувати сучасні підходи до визначення ефективності комерційної діяльності на підприємстві»;
- зробити аналіз господарської діяльності ТОВ «Баядера Логістик»;
- проаналізувати ефективність комерційної діяльності на ТОВ «Баядера Логістик»;

– розробити шляхи підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства ТОВ «Баядера Логістик».

Об’єктом випускної роботи є ТОВ «Баядера Логістик»..

Предметом дослідження є ефективність комерційної діяльності підприємстві та шляхи її підвищення.

Методами дослідження даної роботи є аналіз, синтез, системний підхід, економіко-статистичні методи та логічне узагальнення результатів дослідження. Інформаційною базою дослідження є вітчизняні та зарубіжні наукові публікації, закони України, нормативно-правові акти та фінансова звітність ТОВ «Баядера Логістик» за 2019-2021 роки.

Практичне значення полягає у розробці шляхів підвищення ефективності комерційної діяльності та можливості їх застосування у діяльності аналізованого підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи складає 70 сторінок, містить 9 рисунки та 17 таблиць.

ВИСНОВКИ

Організація комерційної діяльності в сучасних умовах заснована на принципі повної рівності комерційних партнерів у постачанні товарів, економічній незалежності постачальників та покупців, суворій матеріальній та фінансовій відповідальності сторін за виконання прийнятих зобов'язань. Комерційна діяльність є невід'ємною умовою споживчого ринку, сфери комерційного підприємництва, де гроші обмінюються на товари та майно за гроші. Його слід розуміти, як процеси, пов'язані з купівлею та продажем товарів, задоволення споживчого попиту, розвиток цільових ринків товарів, мінімізацію витрат на розподіл та прибуток. У сучасних умовах розвитку для успішного функціонування підприємства та реалізації продукції виникає потреба в постійному вдосконаленні комерційної діяльності; повинні проводитися заходи щодо забезпечення фізичного розподілу товарів, активний вплив на цінову політику, а також грамотне сервісне забезпечення реалізованої продукції тощо.

Комерційна діяльність як система складається з керованої та керуючої підсистем, з'єднаних між собою каналами передачі. Як керована підсистема виступає сукупність комерційних процесів, реалізація яких забезпечує збут продукції, товарів, виконання послуг. Ця обставина вимагає поділу керованої системи відповідно до характеру комерційних операцій, що протікають на підприємстві. Керуюча підсистема є сукупність взаємопов'язаних методів управління комерційною діяльністю, що реалізуються людьми за допомогою технічних засобів для забезпечення ефективності та результативності. До управлінської діяльності належать: планування, регулювання, контроль, облік, стимулювання (мотивація). Функції управління здійснює спеціальний орган – комерційний відділ підприємства. Організація управління комерційною діяльністю здійснюється шляхом організаційного проектування, реорганізації чи ліквідації діючих систем, раціоналізації управління.

Науковий аналіз методичних підходів до організації комерційної діяльності підприємства показує, що одним із напрямів підвищення

ефективності комерційної роботи в ринкових умовах є підвищення ефективності наземного обслуговування по ряду напрямків одночасно, що дозволяє досягти синергетичного ефекту. Для забезпечення ефективного та надійного функціонування торгового підприємства необхідно здійснювати регулярний моніторинг його діяльності. Аналізувати рівень доходів, витрат, стійкості, визначати рівень результативності. Це необхідно для того, щоб у кожен часовий проміжок, при виявленні невідповідності, мати можливість підкоригувати показники. Ефективністю комерційної діяльності є співвідношення понесених витрат та отриманих результатів (доходів). Інтегральний показник надає загальну оцінку ефективності суб'єкта комерційної діяльності за конкретний період, його значення свідчить про ефективність здійснення деяких видів діяльності: функціональної, господарської та соціальної, він зводить у собі узагальнюючі показники.

Bayadera Group, заснована в 1991 році, є провідною алкогольною компанією в Східній Європі. Маючи широкий портфель власних алкогольних брендів у різних категоріях, компанія також має ексклюзивні права на імпорт для відомих світових алкогольних компаній. Крім того, Bayadera Group відіграє значну роль в експорті алкогольної продукції, охоплюючи понад 45 країн світу. Підприємство налічує більше ніж 3000 осіб, компанія є головним роботодавцем галузі. Крім того, він є основним джерелом податкових надходжень і займає важливе місце в бюджетній структурі галузі, маючи мережу з 30 відділень по всій країні. Компанія «Баядера Груп» - одна з найпотужніших компаній з виробництва та дистрибуції алкогольної продукції в Україні. Компанія «Баядера Груп» постійно випускає нові алкогольні напої, які розробляються з використанням передових технологій.

Аналіз фінансово-економічних показників підприємства є ключовим етапом для оцінки його економічного здоров'я та ефективності. проведений аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Баядера Логістик» за 2021-2023 рр. дозволив зробити наступні висновки. За розглянутий період майже на 29% зростають обсяги реалізації продукції. При

цьому це відбувається на фоні зростання собівартості продукції меншими темпами. Всі показники прибутку підприємства мають також позитивну динаміку. Зростають валовий прибуток від реалізації, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування та чистий фінансовий результат. Також за період у три роки на 29% відбувається зростання середньорічної вартості основних фондів підприємства, причиною якого є оновлення основних виробничих фондів підприємства. Таку ситуацію можна назвати позитивною, особливо враховуючи сучасну військову ситуацію у країні.

Структура реалізації продукції по основних номенклатурних групах набуває змін за розглянутий період. Так з 43,6% до 42,6 % скорочується питома вага горілчаних напоїв, з 24,8 до 21,8% питома вага вин, на 2,5 відсоткових пункти питома вага коньяків та бренді, на 0,4 пункти – вермутів. Зростання по питомій вазі демонструють лише ігристі вина, які зростають з 4,4% до 12,5%, тобто на 8,1 відсоткових пункти. За рахунок зміни структуру реалізації загальний обсяг реалізації збільшився на 9,35%. За досліджуваний період з 2021 по 2023 роки обсяги товарних запасів у натуральному обсязі суттєво збільшуються, загалом за період приріс товарних запасів становив 28,4%. За це термін зростають також й витрати обігу. Їх загальний приріс за три роки становить 35,4%. Зазначена динаміка показників мала вплив на показники економічної ефективності комерційної діяльності. Так питомі витрати обігу у період з 2021 по 2023 рік зросли на 5%., що свідчить про погіршення ефективності використання витрат комерційного підприємства. Показник оборотності товарних запасів, незважаючи на підвищення середньорічної вартості товарів на складах підприємства, незначно зростає (приріс становить 0,35%). Така динаміка обумовлена значним зростання виручки від реалізації продукції.

Аналіз, проведений у другому розділі показав, що найбільш рентабельними номенклатурними позиціями для підприємства є горілчані вироби, з рентабельністю 3,48% та коньяки та бренді з рентабельністю 3,58%.

Обидві категорії демонструють рентабельність вищу середнього рівня рентабельності по підприємству. Цікавим є той факт, що частка реалізації по обох номенклатурних групах за період з 2021 по 2023 рік скорочується (2022 рік спостерігаються значні коливання у структурі реалізації, які ми приймаємо як ситуаційні та залишаємо за межами аналізу). І, якщо скорочення частки горілчаних напоїв становить близько 1 відсоткового пункту, то по коньяках та бренді скорочення більш значуще – 3,5 відсоткових пункти. На наш погляд така ситуація потребує особливої уваги, враховуючи те, що останнім часом популярність коньяків та бренді в Україні має тенденцію до зростання, а ціновий розрив між горілкою та коньяком скорочується. Плогограма – це чітка схема викладення товару на торговому обладнанні. Плогограма магазину показує, де, в якій кількості та на якому стелажі буде виставлено той чи інший товар. Якщо подивитися на це у форматі одного стелажу, то плогограма викладення товару відображає стратегію продажу та розвитку компанії, виділяючи той чи інший товар. Кожен товар має своє місце та плановий запас. Важливо дотримуватися складеної плогограми та принципів викладення товарів, адже це одна з головних причин збільшення конкурентоспроможності магазину/бренду/товару. POS-матеріали (point of sales) – це будь-яка рекламна продукція, яку розміщують у торгових точках чи поруч із ними. Вона привертає увагу покупців, просуває бренд та стимулює продажі. Особливо актуальні POS-матеріали для новинок, продукції імпульсивного попиту та обмежених щодо просування виробів, таких як алкоголь, тютюн, медикаменти. Запропонований захід призведе до покращення показників ефективності комерційної діяльності. За рахунок збільшення обсягу продажів скоротяться питомі витрати обігу на 0,3 копійки та прискориться оборотність товарних запасів на 0,16 обороту. Приріст прибутку забезпечить окупність додаткових капітальних вкладень за 0,26 року або за 3 місяці.

Для ефективної роботи організації та правильно вибудованої стратегії фірми необхідний вибір раціональної товарної політики. Одним із основним її елементом є процес формування торговельного асортименту. Цей процес

динамічний, який постійно вимагає аналізу факторів, що впливають на асортимент. Умовно ці фактори можна розділити на загальні, які не залежать від конкретних умов роботи торгової організації, та специфічні, які обумовлені особливостями товару, розміром торгової площі, місцезнаходженням та ін. На практиці процес формування асортиментної політики роздрібного торгового підприємства можна охарактеризувати наступними етапами: формування базового асортименту по встановленим номенклатурним групам; моніторинг динаміки продажу за кожною асортиментною позицією; формування поточно-необхідного замовлення на постачання продукції; отримання замовлення. Якщо мова йде про великі торгівельні мережі, то у наведену послідовність дій треба додати, що усі поточні замовлення по окремих магазинах надходять до головного офісу і лише після їх обробки, корегування та узагальнення, поступають до підприємства постачальника. Підприємство оптового продажу (постачальник) приймає та оброблює замовлення, але, на жаль, фактично ніяким чином не впливає на номенклатуру, асортимент та структуру замовлення. Таким чином, коефіцієнт стійкості асортименту, який розраховується як співвідношення кількості видів товарів стійкого попиту до загальної кількості видів товарів, залишається для підприємства-постачальника показником, на який воно майже ні як не впливає. Ситуація посилюється тим, що у точках роздрібного продажу динаміка попиту фактично не відстежується, а робота по формуванню асортиментної політики обмежується коригуванню обсягів закупівлі по вже встановлених та затверджених номенклатурних та асортиментних позиціях. Пропонуємо підприємству ТОВ «Баядера Логістик» пропонувати партнерам асортиментні позиції, які раніше не включалися у замовлення даним торговим підприємством, на акційних засадах. Знижка може коливатися від 10 до 20% в залежності від обсягу замовлення та асортиментної позиції. За досвідом інших оптових підприємств, які проводили відповідну маркетингову компанію, середній приріст продажу у довгостроковому періоді може досягати 1,5-2%. Запропонований захід призведе до покращення показників ефективності

комерційної діяльності. За рахунок збільшення обсягу продажів скоротяться питомі витрати обігу на 0,3 копійки та прискориться оборотність товарних запасів на 0,11 обороту. За рахунок надання акційних знижок рентабельність продажу скоротиться на 0,003 відсоткових пункти. Значно покращиться коефіцієнт стійкості асортименту підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азжеурова М.В. Продовольственная безопасность страны: состояние и перспективы. Материалы XVI научно-практической конференции «Молодые ученые – экономике региона». В., 2017. С. 128-132.
2. Азжеурова М.В. Развитие инновационной деятельности в АПК: проблемы и пути решения. Аграрная наука в условиях модернизации и инновационного развития : Сб. науч. тр. 2017. С. 4-8.
3. Дубовицкий А.А., Климентова Э.А., Неуймин Д.С. Совершенствование рынка овощей защищенного грунта на основе повышения эффективности их производства. Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания. 2016. № 1 (9). С. 86-92.
4. Коровина Л.Н., Баева Е.А., Турбина Н.М. и Мялкина А.Ф. , Информационное обеспечение предпринимательской деятельности в современных экономических условиях: коллективная монография. др. 2017. 164 с.
5. Минаков И.А. Организация коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке. Вестник МГАУ. 2019. №2. С. 163-167.
6. Минаков И.А. Состояние и особенности коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2019. №10. С. 67-72.
7. Никитин А.В., Сазонова Д.Д., Иванова Е.В. Учет и налогообложение в фермерских хозяйствах: учебное пособие. МГАУ, 2013. 54 с
8. Бунин М.С., Смирнова Л.А., Минаков И.Н. , Никитин А.В. Развитие овощеводства: состояние и перспективы: монография. М., 2010. 223 с.
9. Солопов В.А., Жидков С.А. Перспективные формы интеграции на региональном рынке зерна и хлебопродуктов. Зерновое хозяйство. 2002. № 3. С. 4-8.

10. Шаляпина И.П., Карамнова Н.В., Белоусов В.М. Экономическое обоснование конкурентоспособности продовольственных товаров из отечественного сырья. Экономика и предпринимательство. 2014. № 1-1 (42). С. 166-169.
11. Жидков С.А. Приоритетные направления развития рынка зерна: монография. ООО «БИС», 2018. 313 с.
12. Kulikov I.M. Food security: problems and prospects. Scientific Papers. Series: Management, Economic Engineering and Rural Development. 2019. Т. 19. № 4. С. 141-147.
13. Minakov I.A. Agricultural market development: trends and prospects. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. 2019. Т. 9. № 1. С. 3842-3847.
14. Kulikov I.M. Development of agricultural production cooperation: issues and prospects. Scientific Papers. Series: Management, Economic Engineering and Rural Development. 2019. Т. 19. № 1. С. 247-253.
15. Иванов, Г.Г. Экономика организации. Торговля: учебное пособие . 2016. 352 с.
16. Лесникова, Э.П. Особенности коммерческой и инновационной деятельности в оптовой торговле. Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2018. №1. С.72-79.
17. Маркина С.А. Управление оборотными активами торговых организаций с использованием оптимизационных моделей в целях обеспечения экономической безопасности. Известия ЮЗГУ Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2018. №4(29). С.223-235.
18. Сорокина М.В. Менеджмент в торговле: учебное пособие. 2017. 752 с.
19. Чкалова О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебное пособие. 2016. 458 с.
20. Попкова В.П. Коммерческая деятельность и предпринимательство. Сборник научных трудов. 2016. 389 с.

21. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. Учебное пособие. 13-е издание, перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2017. 488 с
22. Богданов А.Д. Эффективное управление ассортиментом товарной группы как средство увеличения продаж. Новости торговли. 2015. №12. С. 15-18
23. Агаркова А.П., Голова Р.С. Экономика и управление на предприятии. Дашков и К, 2013. 389 с
24. Єлкін С.У., Єлкіна О.С. Особливості застосування вартісного підходу до оцінки економічної ефективності. Теоретична економіка. 2018. №1 (43).
25. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в коммерции. Учебник. Под ред. Л.П. Дашкова. М., Дашков и Ко , 548 с., 2007
26. <https://marketer.ua/ru/top-grocery-supermarkets-in-ukraine/>
27. Россоха В.В, Петриченко О. А. Потенціал ринку вина в Україні. Економіка АПК, 2020, № 9. С. 17-29. Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/867f3c79-3c6f-42d3-9f8d-5736ee0a78fb/content>
- 28.