

## Содержание:

# Введение

**Актуальность темы.** Все большего значения приобретает анализ коммерческой деятельности организаций с переходом России к рыночной экономике. В условиях конкуренции и стремления организаций к максимизации прибыли анализ финансово-хозяйственной деятельности есть неотъемлемой функцией управления. Этот аспект управления организацией становится наиболее значимым в настоящее время, так как практика функционирования рынка показывает, что без анализа финансово-хозяйственной деятельности организация не может эффективно функционировать. [2]

При построении стратегии развития существующего бизнеса либо с целью повышения его эффективности необходимо понимать текущую ситуацию в целом. Как правило, бухгалтерская информация не дает полного представления о реальном финансовом состоянии предприятия, а тем более не отвечает на вопросы: "В чем причина низкой эффективности бизнеса" и "Что нужно сделать для повышения его эффективности". Отвечая на эти вопросы нужно к проблеме подходить комплексно.

В условиях ограниченности всех видов ресурсов встает проблема изучения эффективности коммерческой деятельности предприятий. Эффективность коммерческой деятельности определяется по конечным результатам функционирования предприятия или ее производственных подразделений и отражает уровень организационно-управленческой деятельности. Все показатели, используемые при оценке коммерческой деятельности организаций, можно свести в экономические категории: экономический эффект, экономический результат, экономическая эффективность. [1]

**Степень изученности темы.** Вопросами изучения анализа экономических показателей коммерческой деятельности предприятия занимались такие ученые как: Артеменко В.Г., Бланк И.А., Бублик Н.Д., Попенов С.В., Секерин А.Б., Гилярова Л.Т., Павленко О.П., Иванов Г.Г., Клишевич Н.Б., Колесник И.В., Ломакин О.Р., Петрушин Л.Л., Пономаренко П.Л., Савенко Т.Ю., Андрущак В.Г. и многие другие.

Целью курсовой работы является анализ экономических показателей коммерческой деятельности на примере магазина «Nike» и разработка рекомендаций по ее улучшению. При подготовке данной работы необходимо решить следующие задачи:

- изучить роль коммерческой деятельности;
- рассмотреть экономические показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее;
- дать краткую характеристику компании «Nike»;
- проанализировать финансово-экономическую деятельность магазина «Nike»;
- разработать рекомендации по улучшению коммерческой деятельности магазина «Nike».

**Объектом** исследования является магазин «Nike».

**Предметом** исследования является процесс анализа экономических показателей коммерческой деятельности предприятия.

**Методы исследования.** В процессе исследования применялся системный подход, метод экономического анализа, ряд экспертных оценок, использованы фундаментальные и прикладные исследования по выбранной теме.

**Источники информации.** В процессе исследования использовались материалы научных семинаров и конференций, положения и выводы трудов отечественных и зарубежных ученых, а также документы компании, затрагивающие выбранную тематику.

**Структура курсовой работы:** введение, 2 главы, заключение, список использованных источников.

## **1. Теоретические аспекты анализа экономических показателей коммерческой деятельности предприятия**

- 1.

## **Роль коммерческой деятельности**

**Коммерция** - это деятельность в сфере распределения и обмена товароматериальных ценностей, которые создают условия для качественного осуществления процессов производства и потребления. [4,с.97]

Содержание коммерческой деятельности включает в себя определяющие ее основные признаки:

- экономические, финансовые, правовые и другие взаимоотношения между субъектами рынка;
- стремление субъекта коммерции реализовать свои интересы независимо оттого, реализуются при этом интересы контрагентов или нет. [12]

В торговле — это документ, содержащий условия купли-продажи. Условия договора купли-продажи:

- переход права собственности на товар от продавца к покупателю;
- стремление к навязыванию своих интересов в том случае, когда контрагенты отказываются принимать условия делового общения, не устраивающие их;
- проявление и поощрение личной или коллективной инициативы в процессе коммерции;
- способность и готовность идти на риск ради проведения сделки на выгодных условиях;
- способность предвидеть последствия, выделять приоритеты (главное) в практике коммерции. [7,с.48]

Процесс купли-продажи сопровождается коммерческой сделкой, обменом и продвижением товара. В этом случае всеобщим эквивалентом обмена выступают деньги, а основным местом обмена является рынок.

**Цель коммерческой деятельности** — максимальное получение выгоды (дохода или прибыли). Гарантией достижения этой цели является содержание коммерческой деятельности, которое включает:

- изучение процесса формирования рынка товаров и услуг;

- обоснование направлений и масштабов развития их производства в соответствии с потребностями общества и отдельных потребителей;
- доведение товаров до потребителей и организация самого процесса потребления;
- коммерческое посредничество и установление договорных связей на рынке товаров и услуг. [2,с.128]

В коммерческой деятельности выделяют три основных компонента:

- производство продукции;
- коммерция (торговля);
- коммерческое посредничество (иногда ассоциируют со спекуляцией).

Но спекуляция — такая форма коммерческих действий, при которой **нет возможности выбора** и потребитель вынужден приобретать товар или услугу по завышенным ценам.

В условиях рынка между производителями (продавцами) однотипных товаров **идет конкурентная борьба** за более выгодную продажу. Конкуренция осложняет проведение коммерческой работы продавцу и создает благоприятные условия покупателю, так как он имеет возможность выбрать продавца, который предлагает более выгодные условия покупки. Чем острее конкуренция между товаропроизводителями, тем больше возможностей у покупателя купить товар по более низкой цене. [5,с.28]

Коммерческие отношения могут эффективно развиваться в условиях экономической свободы и соблюдения интересов всех участников. Соблюдение интересов означает взаимные обязательства всех участников деловых отношений не нарушать суверенитета своих контрагентов. [1,с.112]

## **1.2. Экономические показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее**

Рассмотрим факторы, которые оказывают влияние на эффективность коммерческой деятельности предприятия. Особенно важно их деление на внутренние и внешние факторы (табл.1).

## Таблица 1 - Внутренние и внешние факторы

Внутренние факторы    Внешние факторы

Техника и технология государственная экономическая и социальная политика

работники                      структурные изменения

методы работы                инфраструктура

стиль управления

По ряду показателей определяется эффективность организации. Проводить оценку эффективности коммерческой работы предприятия только по его экономическим достижениям – к примеру, по прибыли, которая получена в результате деятельности, – будет недостаточно. И на основе жесточайшей эксплуатации работников, и на основе современных методов организации производства с использованием социально-психологических факторов можно получить огромную прибыль. [3,с.66]

Эффективность коммерческой деятельности организации необходимо оценивать комплексно, используя показатели двух блоков. Первый блок характеризуется объективными (экономическими) показателями:

1. Результативность. По этому показателю оценивается, достигнуты ли организацией поставленные цели.

Формула расчета коэффициента:

$R = \text{Доходы/затраты} (1)$

2. Деловая активность. В условиях рыночной экономики стабильность финансового положения предприятия обусловлена значительной степенью его деловой активности, которая находится в зависимости от широты рынков сбыта продукции, его деловой репутации, по основным показателям хозяйственной деятельности степени выполнения плана, уровня эффективности использования ресурсов и устойчивости экономического роста.

В финансовом аспекте деловая активность предприятия проявляется в первую очередь в скорости оборота его средств. В исследовании уровней и динамики разнообразных коэффициентов оборачиваемости заключается анализ деловой активности. Рассмотрим эти коэффициенты. [6,с.24]

Скорость оборота совокупного капитала предприятия отражает коэффициент оборачиваемости активов, т.е. показывает, сколько раз происходит полный цикл производства и обращения за рассматриваемый период, который приносит соответствующий эффект в виде прибыли, или сколько денежных единиц реализованной продукции принесла каждая единица активов:

Формула расчета коэффициента:

$Коа = \text{Чистая выручка от реализации продукции} / \text{Среднегодовая стоимость активов}; (2)$

Отношение выручки (валового дохода) от реализации продукции (не учитывая налог на добавленную стоимость и акцизный сбор) к сумме оборотных средств предприятия, характеризует коэффициент оборачиваемости оборотных средств. О замедлении оборота оборотных средств свидетельствует уменьшение этого коэффициента.

Рассчитывается по формуле согласно балансу:

$Коос = \text{Чистая выручка от реализации продукции} / \text{Оборотные активы};$

(3)

Предприятие дает в процессе хозяйственной деятельности товарный кредит для потребителей своей продукции, то есть между продажей товара и поступлением оплаты за него существует разрыв во времени, и как результат происходит возникновение дебиторской задолженности. С помощью коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности можно узнать сколько раз за год обернулись средства, которые были вложены в расчеты.

Формула расчета коэффициента:

$Кодз = \text{Чистая выручка от реализации продукции} / \text{Среднегодовая сумма дебиторской задолженности}; (4)$

Как показывает практика, чем выше данный показатель, тем лучше, потому что у предприятия появляется возможность получения скорейшей оплаты по счетам. С другой стороны, предоставление товарного кредита покупателям - это один из инструментов стимулирования сбыта. Исходя из этого, важно найти оптимальную продолжительность кредитного периода.

При использовании этого коэффициента, можно осуществить расчет более наглядного показателя - периода инкассации, т.е. времени, в течение которого перейдет в средства дебиторская задолженность. Для этого осуществляют деление продолжительности анализируемого периода на коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности. [9,с.114]

3. Производительность. Этот показатель выявляет, достигнута ли посредством минимальных трудовых затрат цель.

Формула расчета коэффициента:

$$Pr. \tau = \frac{\text{Объем произведенной продукции}}{\text{среднесписочную числ. персонала}} \quad (5)$$

Отношением объема произведенной продукции к затратам труда (среднесписочной численности персонала) измеряется производительность труда в зависимости от прямого или обратного отношения. Различают два показателя: выработку и трудоемкость.

Выработка является количеством произведенной продукции в единицу времени или количеством продукции, которая приходится на одного среднесписочного работника.

Формула расчета коэффициента:

$$V = T/Q \quad (6)$$

где, T - затраты рабочего времени,

Q - объем произведенной продукции.

Трудоемкость - это показатель, который характеризует затраты времени на единицу продукции (т.е. обратная величина выработке).

Формула расчета коэффициента:

$$B = Q/T \text{ (7)}$$

4. Рентабельность. Это показатель прибыльности в процессе всего товарооборота от приобретения сырья и оборудования до продажи произведенного товара.

[10, с.57]

Чтобы оценить экономическую эффективность используют показатели рентабельности, которые можно сгруппировать по таким основным направлениям:

1. Рентабельность активов.
2. Рентабельность продаж.
3. Рентабельность капитала.
4. Рентабельность продукции.

Уровень прибыли, создаваемой всеми активами предприятия, находящиеся в его использовании согласно балансу характеризует коэффициент рентабельности активов. [8, с.85]

Формула расчета коэффициента:

$$K_{ра} = \text{Прибыль от обычной деятельности до налогообложения} / \text{Валюта баланса}; \text{ (8)}$$

О снижении уровня спроса на продукцию предприятия и о перенакоплении активов может свидетельствовать уменьшение уровня рентабельности активов. [11]

Уровень доходности собственного капитала, вложенного в предприятие, характеризует коэффициент рентабельности собственного капитала. Этот коэффициент представляет наибольший интерес для существующих и потенциальных владельцев и акционеров. Его можно обозначить как один из основных показателей инвестиционной привлекательности предприятия, так как верхнюю границу дивидендных выплат показывает его уровень.

Формула расчета коэффициента:

$$K_{рск} = \text{Чистая прибыль} / \text{Собственный капитал}; \text{ (9)}$$

Как отношение чистой прибыли предприятия к чистой выручки от реализации продукции (работ, услуг) рассчитывается коэффициент рентабельности продаж (деятельности). О росте эффективности хозяйственной деятельности предприятия

свидетельствует увеличение этого показателя, а уменьшение наоборот.

Формула расчета коэффициента:

$$\text{Крд} = \text{Чистая прибыль} / \text{Чистая выручка от реализации продукции}; (10)$$

Коэффициент рентабельности продукции рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции (работ, услуг) к расходам на ее производство и сбыт и характеризует прибыльность хозяйственной деятельности предприятия от основной деятельности. [13]

5. Экологичность. Требование применения экологически чистых технологий предъявляется к современному производству. Одним из важных показателей неэффективности предприятия является загрязнение окружающей среды.

6. Энергоемкость. Любое производство может приблизиться к идеальному, если будет потреблять минимум энергии.

Второй блок характеризуется субъективными (психологическими, физиологическими, социально-психологическими) показателями. К ним относят:

1. Трудовую, духовную и общественную активность сотрудников.
2. Удовлетворенность трудовой деятельностью. Это показатель характеризуется личностным отношением человека к своему труду и членам группы.
3. Относительную стабильность предприятия.
4. Сработанность предприятия. Этот показатель характеризует устойчивость и прочность межличностных взаимодействий. С его помощью можно оценить психологическое состояние системы функционального взаимодействия сотрудников. [14]

Ежедневное управление денежными средствами, в рамках управления предприятием, через планирование часто рассматривается как малозначительная и рутинная деятельность. Но результаты этой деятельности способны затронуть благополучие предприятия в целом.

## 2. Анализ экономических показателей коммерческой деятельности на примере магазина «Nike»

### 2.1. Краткая характеристика компании

Бывший член сборной Орегонского университета по легкой атлетике Фил Найт еще, будучи студентом магистратуры, понял, что господство adidas можно поколебать, если экспортировать недорогую спортивную обувь из Японии. Он зарегистрировал свою фирму в 1966 году (тогда она еще называлась Blue Ribbon Sports) совместно с Биллом Бауэрманом, тренером университетской команды, в которой занимался Найт.

В 1971 году Найт решил, что компании нужен свой фирменный логотип. Разработка была поручена студентке факультета дизайна Кэролайн Дэвидсон – компания заплатила ей за эту работу всего 35 долларов. «Вообще-то, я от него не в восторге, но думаю, что со временем он мне понравится», – сказал Найт о значке Swoosh, который придумала для него Кэролайн. Позднее Кэролайн получила в подарок от руководства Nike конверт с акциями компании. Но сколько там было акций, знают только Найт и она сама.

В 1972 году Найт наладил собственное производство кроссовок. Cortez, первая модель кроссовок, разработанная Бауэрманом, произвела фурор в США. К 1980 году фирма Nike превратилась в открытое акционерное общество и ей уже принадлежало 50% американского рынка спортивной обуви.

Маркетинговый успех Nike строился на том, что этой марке первой среди спортивных пришло в голову смешивать визуальные образы в духе клипов MTV, поп-музыку и спорт. Рекламный ролик Nike на песню группы Beatles «Revolution» стал сенсацией. А после того, как компания заключила контракт с Майклом Джорданом, остальные тоже озадачились поиском знаменитостей, которые бы поддержали их продукцию.

**Ассортимент:** мужские и женские коллекции для спорта: кроссовки, одежда и аксессуары. «Фишка» – модульные спортивные балетки с открытыми пальцами, must-have для любителей пилатеса.

**Уникальность:** кроссовки Nike, особенно Cortez, Toki и Air Max, стали культовыми и регулярно выпускаются лимитированными версиями в новом дизайне.

**Актуальность:** яркие кроссовки, которые можно носить с чем угодно и когда угодно – тренду уже более трех лет и исчезать он не собирается.

**Ценовая политика:** пара кроссовок – от 5 до 15 тысяч рублей. Цены на остальные вещи примерно такие же, как у конкурентов.

**Интересный факт:** вопреки расхожему прочтению названия бренда «Найк», читается он иначе – «Найки» – и происходит от имени крылатой древнегреческой богини победы Ники.

Магазины Nike являются носителями духа бренда, призывающего преодолевать любые препятствие легко и уверенно, следуя слогану «Just do it». Если человек стремится к победе, любит свободный и удобный стиль одежды или занимаетесь спортом, то фирменные магазины Nike к его услугам.

На рис. 1 отображены цели и задачи компании Nike.

Рисунок 1 - Цели и задачи компании Nike

Таким образом, основными целями деятельности компании Nike можно обозначить завоевание и удержание лидерской позиции на рынке, максимизация прибыли, обеспечение высокой конкурентоспособности товаров.

Ценности компании: эффективность, стабильность, ответственность, инновационность, клиентоориентированность.

Анализ экономических показателей коммерческой деятельности будет проведен на примере магазина по адресу: г. Москва, ул. Цветной бульвар 1, д.15.

Логотип компании и фото магазина представлены на рис.2

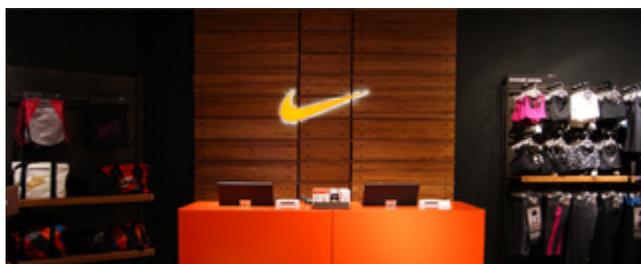


Рисунок 2 - Логотип компании Nike

В магазине можно приобрести товары для самых популярных видов спорта: футбол, бег, баскетбол, — а также для повседневного использования. Женские сердца не оставит равнодушными стильная коллекция для женского фитнеса. А ценителей экстремальных видов спорта — отдельные тематические коллекции.

Кроме спортивной одежды здесь есть многообразие аксессуаров знаменитого бренда: часы, головные уборы, пр.

В магазине клиентов ждут новинки сезона, а также большие распродажи.

Руководителем магазина Nike является Директор.

Магазин работает с 8.00 до 22.00 (перерывы на обед и выходные дни отсутствуют).

Миссия магазина Nike - проявляя заботу и компетентность, стать любимым магазином продающей спортивную одежду.

Подразделение персонала в магазине осуществляется по трем категориям: управленческому, основному и вспомогательному. На рис.3. отображена организационная структура магазина.

Рабочие

Менеджер по снабжению

Продавец

Бухгалтер

Менеджер по продажам

**Директор**

Рисунок - 3 Организационная структура магазина Nike

В магазине работают 8 человек (в том числе директор).

В торговле выделяют три главные схемы технологического процесса (рис.4).

Поступление товаров

Разгрузка автомашин

Приемка товаров по качеству и количеству

## Перемещение товаров

### III вариант

(в кладовые)

3.1 Размещение на хранение;

3.2. Хранение товаров;

3.3. Транспортирование в места подготовки товаров к продаже;

3.4. Подготовка товаров к продаже;

3.5. Перемещение товаров в торговый зал

### II вариант

(в кладовые)

2.1. Размещение на хранение;

2.2. Хранение;

2.3. Перемещение товаров в торговый зал

### I вариант

( в торговый зал)

1.1. Размещение и выкладка товаров в торговом зале;

1.2. Процесс продажи товаров и обслуживание покупателей;

1.3. Дополнительные услуги

## Рисунок 4 - Варианты технологического процесса в магазине Nike

Торгово-технологический процесс в магазине характеризуется комплексом торговых и технологических операций, которые взаимосвязаны между собой и он определяется как завершающая стадия всего торгово-технологического процесса товародвижения.

Торгово-технологический процесс в магазине Nike разделяется на три части, а именно:

- операции проводимые с товарами до того как они будут предложены покупателю;
- операции, проводимые непосредственного по обслуживанию покупателей;
- дополнительно проводимые операции по обслуживанию покупателей. [15]

## **2.2. Финансово-экономическая деятельность магазина**

В компании Nike применяются следующие методы анализа хозяйственной деятельности:

1. Горизонтальный анализ – сравнение показателей с данными прошлых лет. В результате горизонтального анализа определяется изменение абсолютных величин за анализируемый период (абсолютное отклонение и темп роста);
2. Вертикальный анализ – представление информации в виде относительных показателей структуры – удельного веса каждого показателя в его общем итоге;
3. Метод финансовых коэффициентов. Финансовые коэффициенты – это относительные показатели, определяются отношением отдельных абсолютных показателей. Финансовые коэффициенты применяются для анализа платежеспособности, устойчивости, рентабельности, деловой активности.

Используя данные методы, осуществим экономический анализ хозяйственной деятельности компании.

Рассмотрим основные финансовые показатели магазина Nike за 2017-2019 годы (таблица 2).

Таблица 2 - Основные финансовые показатели магазина Nike, руб.

<b>Показатели</b>	<b>2017г</b>	<b>2018г</b>	<b>2019г</b>	<b>изменение (+,-) по сумме</b>	<b>темп роста, %</b>
-------------------	--------------	--------------	--------------	---------------------------------	----------------------

<b>2018-2017</b>	<b>2019- 2018</b>	<b>2018- 2017</b>	<b>2019- 2018</b>				
Активы	2563223	3696415	4369045	1133192	672630	144,21	118,20
Обязательства	2405718	3497482	4137819	1091764	640337	145,38	118,31
Капитал	157505	198933	231226	41428	32293	126,30	116,23
Чистая прибыль	35576	41429	32293	5853	-9136	116,45	77,95
ROA, %	1,39	1,12	0,74	-0,27	-0,38	-	-
ROE, %	22,59	20,83	13,97	-1,76	-6,86	-	-

В 2018 году активы магазина Nike составили 3696415 руб., увеличившись в сравнении с показателем предыдущего года на 44,21%. В 2019 году активы увеличились на 18,20% в сравнении с показателем предыдущего года и составили 4369045 руб. Рост активов может свидетельствовать о росте имущественного потенциала магазина Nike. Аналогичным образом изменялись и обязательства: данный показатель увеличился с 2405718 руб. до 4137819 руб. Рост обязательств может свидетельствовать о росте финансовой зависимости от внешних источников.

Собственный капитал магазина в 2018 году увеличился на 26,30% и составил 198933 руб., а в 2019 году повысился на 16,23% и составил 231226 руб. Чистая прибыль в 2018 году составила 41429 руб., увеличившись по сравнению с показателем предыдущего года на 16,45%. В 2019 году чистая прибыль сократилась до 32293 руб.

Рентабельность активов (ROA) и рентабельность собственного капитала (REA) это показатели, характеризующие эффективность деятельности магазина. Рентабельность активов магазина Nike за исследуемый период сократилась с 1,39% до 0,74%. Рентабельность собственного капитала сократилась с 22,59% до 13,97%,

что свидетельствует об ухудшении эффективности деятельности организации за исследуемый период.

Эффективность функционирования магазина зависит от его способности приносить необходимую прибыль (таблица 3).

Таблица 3 - Отчет о финансовых результатах магазина Nike, руб.

<b>Показатели</b>	<b>2017г</b>	<b>2018г</b>	<b>2019г</b>	<b>изменение (+,-) по сумме</b>	
				<b>2018-2017</b>	<b>2019-2018</b>
Выручка	4636418	4963702	4942362	327284	-21340
Себестоимость продаж	4485049	4666089	4715261	181040	49172
Валовая прибыль (убыток)	151369	297613	227101	146244	-70512
Управленческие расходы	61352	90419	82309	29067	-8110
Прибыль (убыток) от продаж	90017	207194	144792	117177	-62402
Проценты к получению	2918	3225	7843	307	4618
Проценты к уплате	70258	125437	143995	55179	18558
Прочие доходы	200789	167662	285041	-33127	117379
Прочие расходы	176948	199001	249699	22053	50698

Прибыль (убыток) до налогообложения	46518	53643	43982	7125	-9661
Текущий налог на прибыль	11419	12788	12885	1369	97
В т.ч. постоянные налоговые обязательства	1639	1485	1170	-154	-315
Изменение отложенных налоговых активов	477	574	2919	97	2345
Прочее	-	-	-1723	-	-
Чистая прибыль (убыток)	35576	41429	32293	5853	-9136

Основную часть прибыли магазин получают от реализации спортивных товаров. Валовая прибыль магазина имеет тенденцию к увеличению: в 2019 году данный показатель составил 227101 руб. против 151369 руб. в 2017 году.

Рост валовой прибыли связан, в первую очередь, с ростом выручки от продаж (с 4636418 руб. до 4942362 руб.). Себестоимость продаж увеличилась с 4485049 руб. до 4715261 руб.

Управленческие расходы увеличились руб. до 82309 руб. Прибыль от продаж увеличилась с 90017 руб. до 207194 руб., затем сократилась до 144792 руб. Проценты к получению увеличились с 2918 руб. до 7843 руб.

Основные показатели рентабельности представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Показатели рентабельности магазина Nike, %

<b>Показатели</b>	<b>Формула</b>	<b>2017г</b>	<b>2018г</b>	<b>2019г</b>
-------------------	----------------	--------------	--------------	--------------

Рентабельность продаж (Рпр)	$R_{пр} = Пб * 100 / V_{пр}$ , где Пб – прибыль балансовая; Vпр – объем продаж	0,77	0,83	0,65
Рентабельность активов (Ра)	$R_a = Пб * 100 / A$ , где А – итог актива баланса	1,39	1,12	0,74
Рентабельность текущих активов (Рт. а)	$R_{т.а.} = Пб * 100 / Т.А.$ , где Т.А. – текущие (оборотные активы)	2,46	1,93	1,27
Рентабельность собственного капитала (Рс.к.)	$R_{с.к.} = Пб * 100 / СК$ , где СК – собственный капитал предприятия	22,59	20,83	13,97

Рентабельность продаж в 2017 составляла 0,77%, в 2018 году — 0,83%, в 2019 году 0,65%. Это значит, что магазин в 2019 получало 0,65 рубля прибыли с каждого рубля реализации.

Рентабельность активов в 2017 году составила 1,39%, затем сократилась, наконец, 2019 года до 0,74%. Следовательно, эффективность использования всего имущества организации в исследуемом периоде была низкой.

Рентабельность текущих активов в 2017 году — 2,46%. В 2019 году данный показатель составил 1,27%. Это значит, что уровень прибыли магазина с каждого рубля, вложенного в текущие активы, составил 1,27.

Рентабельность собственного капитала в исследуемом периоде сократилась с 22,59% до 13,97%, что свидетельствует о снижении эффективности привлечения инвестиционных вложений в магазин.

Таким образом, магазин Nike имеет низкий уровень рентабельности.

Проведем анализ оборачиваемости активов магазина (таблица 5).

Таблица 5 - Коэффициенты оборачиваемости (деловой активности) магазина Nike

**Показатели**

**2017г 2018г 2019г**

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,02	0,02	0,01
Коэффициент оборачиваемости запасов	6,46	5,20	3,49
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	0,05	0,05	0,04
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	0,02	0,02	0,01
Продолжительность одного оборота оборотных активов	14612,2	18699,5	28245,1
Продолжительность одного оборота запасов	55,7	69,2	103,3

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов характеризует эффективность использования (скорость оборота) оборотных активов. Чем выше этот коэффициент, тем лучше. В исследуемом периоде наблюдается снижение данного коэффициента с 0,02 до 0,01, что свидетельствует о замедлении оборачиваемости оборотных активов.

Коэффициент оборачиваемости запасов в исследуемом периоде сократился с 6,46 до 3,49, что свидетельствует о замедлении оборачиваемости запасов.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности сократился с 0,05 до 0,04. Чем выше коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, тем быстрее компания рассчитывается со своими поставщиками. Коэффициент кредиторской задолженности сократился с 0,02 до 0,01. Благоприятной для организации является ситуация, когда коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности значительно меньше коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности.

Коэффициенты ликвидности представлены в таблице 6.

Таблица 6 - Показатели ликвидности и методика расчета коэффициентов ликвидности магазина Nike

Показатели	Методика расчета	2017г	2018 г	2019 г	Норма
1. Коэффициент абсолютной ликвидности L1	$L1 = A1 / (П1 + П2)$	0,01	0,16	0,06	0,2 - 0,5
2. Промежуточный коэффициент покрытия (или «критической оценки») L2	$L2 = (A1 + A2) / (П1 + П2)$	0,45	0,51	0,36	0,7-0,8 желательно 1
3. Коэффициент текущей ликвидности L3	$L3 = (A1 + A2 + A3) / (П1 + П2 + П3)$	0,60	0,62	0,61	Необх. значение 1,5 Оптимальное 2,0-3,5
4. Коэффициент маневренности функционирующего капитала L4	$L4 = A3 / ((A1 + A2 + A3) - (П1 + П2))$	-7,45	-4,85	-4,11	$0 < L5 < 1$
5. Доля оборотных средств в активах L5	$L5 = (A1 + A2 + A3) / Б$	0,56	0,58	0,58	$\geq 0,5$
6. Коэффициент обеспеченности собственными средствами L6	$L6 = (П4 - A4) / (A1 + A2 + A3)$	-0,67	-0,63	-0,63	Нижняя граница 0,1 Оптимальное значение 0,5 и выше

Коэффициент абсолютной ликвидности в исследуемом периоде находился ниже нормативного значения и в 2019 году составил 0,06. Данный коэффициент показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена в ближайшее время за счет денежных средств и краткосрочных ценных бумаг.

Коэффициент промежуточного покрытия ниже нормативного значения, в 2019 году составил 0,36. Данный коэффициент показывает, какую часть краткосрочных обязательств магазин может немедленно погасить за счет в краткосрочных ценных бумагах, средств на различных счетах, а также поступлений по расчетам с дебиторами.

Коэффициент текущей ликвидности в исследуемом периоде находится в ниже нормы. Данный коэффициент показывает, какая часть текущий обязательств по кредитам и расчетам может быть погашена за счет мобилизации всех оборотных средств.

Коэффициент маневренности функционирующего капитала в исследуемом периоде находится ниже нормативного значения. Это означает, что только большая часть имущества обездвижена в долгосрочной дебиторской задолженности и производственных запасах.

Доля оборотных средств в активах находится в пределах нормативного значения  $\geq 0,5$ .

Коэффициент обеспеченности собственными средствами в течение исследуемого периода оставался ниже оптимальных значений (меньше 0,5).

Таким образом, можно сделать выводы:

1. Коэффициент текущей ликвидности (покрытия) говорит о том, что оборотных средств недостаточно для покрытия краткосрочных обязательств.
2. Коэффициент критической (быстрой, срочной) ликвидности ниже нормативного значения.

Результаты расчетов показателей финансовой устойчивости магазина Nike представлены в таблице 7.

Таблица 7 - Коэффициенты финансовой устойчивости магазина Nike

Показатели	2017г	2018 г.	2019г.	Отклонение 2019к	
				2017 г.	2018 г.
Коэффициент автономии	0,06	0,05	0,05	-0,01	0,00
Коэффициент маневренности собственного капитала	-6,11	-6,76	-6,94	-0,66	-0,17
Коэффициент финансовой устойчивости	0,40	0,36	0,34	-0,03	-0,03
Коэффициент финансирования	0,07	0,06	0,06	-0,01	0,00
Коэффициент финансового левериджа	5,47	5,78	5,38	0,31	-0,40
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	1,29	1,39	1,38	0,10	-0,01
Коэффициент обеспеченности собственными источниками средств	-0,62	-0,60	-0,62	0,02	-0,02

Из выше приведенной таблицы отметим, что коэффициент финансового левериджа равен 5,38 в 2019 году, что говорит о высокой зависимости магазина в заемных средствах.

Рассчитанные коэффициенты финансовой устойчивости находятся ниже рекомендуемых значений. Это подтверждает, что магазина Nike имеет неустойчивое финансовое положение, характеризуется нарушением платежеспособности.

Следует отметить, что 2019г. характеризуется для компании снижением спроса, скорее всего это вызвано финансовой ситуацией в стране и коронавирусом. Таким

образом, в целях стабилизации положения и снижения кризисности, необходимо разработать рекомендации по улучшению финансового состояния магазина.

## 2.3. Разработка рекомендации по улучшению коммерческой деятельности магазина

К оптимальной структуре баланса должен стремиться магазин, которая отображена в табл.8.

Таблица 8 - Для случая отсутствия долгосрочных обязательств модель гармоничной структуры баланса магазина

<b>Актив</b>	<b>Пассив</b>
$BOA \geq 0,24$	$CK = 0,62$
$OA \leq 0,76$	$KO = 0,38$

Валюта = 1,0 Валюта = 1,0

В данной модели заложена максимальная доля оборотных активов в структуру актива баланса. При этом если долгосрочные обязательства отсутствуют, максимум будет вложено в собственные оборотные средства 38% капитала.

Не должна превышать 62% доля вне оборотных активов, а соответственно, быть меньше 38% должна быть доля оборотных активов. Модель устойчивого баланса будет иметь вид табл. 9.

Таблица 9 - Модель оптимальной структуры баланса для предприятия

<b>Актив</b>	<b>Пассив</b>
--------------	---------------

BOA < 0,62      СК = 0,62

OA > 0,38      Все обязательства = 0,38

Валюта = 1,0      Валюта = 1,0

В современных условиях рынка потребитель диктует производителю требования, предъявляемые к продукции, формирует торговый ассортимент предприятий, указывает пути совершенствования коммерческой деятельности.

Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «Адидас» представлены в табл.10.

Таблица 10 - Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности магазина Nike

Предложение дополнительных услуг	<ul style="list-style-type: none"><li>- проведения конкурса среди персонала на самого вежливого сотрудника;</li><li>- выявления потребности, путем исследований, и изыскания путей ее удовлетворения.</li></ul>
Расширение ассортимента	<ul style="list-style-type: none"><li>- производство новых собственных товаров;</li><li>- закупка товаров – новинок (увеличение коэффициента новизны);</li></ul>
Осуществление планирования	<ul style="list-style-type: none"><li>- разработка бизнес – планов;</li><li>- вовлечение персонала в корпоративную культуру;</li><li>- постановка конкретных измеримых целей, задач магазина и систематическое отслеживание стадии их выполнения.</li></ul>

Совершенствование компьютеризации процесса закупки товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>- совершенствование компьютеризации магазина;</li> <li>- совершенствование необходимого программного обеспечения;</li> <li>- использование метода продажи товаров в таре</li> <li>- оборудовании.</li> </ul>
Оперативное отслеживание потребностей покупателей	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить день клиента (день открытых дверей)</li> </ul>
Смена формы и/или метода продажи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- перевод продажи с традиционного метода на самообслуживание;</li> <li>- организация дополнительных мест продажи;</li> <li>- участие в ярмарках.</li> </ul>

Следует заметить, что на **формирование спроса** оказывают влияние такие составляющие:

- уровень развития производства товаров;
- численность, состав, культурный уровень и покупательная способность населения;
- национальные, профессиональные, исторические, географические и климатические особенности;
- уровень цен на рассматриваемые товары;
- величина свободного дохода населения;
- мода;
- сезонность (сезон года);
- ожидания потребителей;

- активность рекламирования и др.

В условиях рыночной экономики знание спроса и особенностей его формирования позволяет рационально распределять по стране торговые ресурсы, активно воздействовать на промышленность, улучшать качество и ассортимент выпускаемых товаров, формировать ассортимент розничной и оптовой торговли.

С целью увеличения занимаемой доли рынка необходимо:

- использовать новые смелые стратегии или внедрять новшества;
- проводить новую ценовую политику или маркетинговые мероприятия;
- путем разработки оперативных бюджетов усилить финансовый контроль и контроль их исполнения;
- выходить на новые рынки сбыта.

Человеческий капитал является самым ценным ресурсом. Переход на новую ступень экономического развития является, прежде всего, результатом усиления инновационной активности и внедрения нововведений в производство. Исходя из того, что альтернативы инновационному пути развития для экономики нет, можно утверждать: такой выбор непосредственно будет влиять на динамичное развитие рабочих мест. То есть речь идет о непрерывном внедрении инноваций (технических, технологических, организационных). А это, в свою очередь, приводит к соответствующим управленческим решениям по рационализации процесса воспроизводства человеческого капитала.

Бытует такое мнение, что управление маркетингом характеризуется поиском количества потребителей, который будет достаточен для данного уровня производства компании. Но если компания уже имеет достаточное количество клиентов, нужно ли ей управление маркетингом? Безусловно. Ведь, спрос в любой момент может измениться — стать чрезмерным или недостаточным. Демаркетинг применяют при чрезмерном спросе. Иначе говоря, управлять маркетингом — это значит **воздействовать на уровень и характер** спроса, на его временное распределение. Эффективная система управления человеческими ресурсами — залог успешного существования и финансовой стабильности любой торговой сети, фирмы, магазина.

Учитывая опыт развитых стран, можно отметить, что управление использованием человеческого капитала в менеджменте включает в себя:

1. Управление технической вооруженностью труда в соответствии с последними достижениями науки и техники;
2. Управление организацией труда (использование научной организации труда, соблюдение психофизиологических и эргономических условий труда);
3. Управление социальным развитием работников;
4. Управление мотивацией труда (достойная оплата труда, стимулирование творчества, поддержка стремления сделать карьеру, создание возможности самореализации);
5. Создание правовой защищенности работников.

## **Заключение**

В работе изучена роль коммерческой деятельности. Содержание коммерческой деятельности включает в себя определяющие ее основные признаки:

- экономические, финансовые, правовые и другие взаимоотношения между субъектами рынка;
- стремление субъекта коммерции реализовать свои интересы независимо оттого, реализуются при этом интересы контрагентов или нет.

Рассмотрены экономические показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее. Факторы подразделяются на внутренние и внешние.

Дана общая характеристика компании Nike. Магазины Nike являются носителями духа бренда, призывающего преодолевать любые препятствие легко и уверенно, следуя слогану «Just do it». Если человек стремится к победе, любит свободный и удобный стиль одежды или занимаетесь спортом, то фирменные магазины Nike к его услугам.

Анализ экономических показателей коммерческой деятельности будет проведен на примере магазина по адресу: г.Москва, ул. Цветной бульвар 1, д.15.

Основную часть прибыли магазин получают от реализации спортивных товаров. Валовая прибыль магазина имеет тенденцию к увеличению: в 2019 году данный

показатель составил 227101 руб. против 151369 руб. в 2017 году.

Рассчитанные коэффициенты финансовой устойчивости находятся ниже рекомендуемых значений. Это подтверждает, что магазина Nike имеет неустойчивое финансовое положение, характеризуется нарушением платежеспособности.

Следует отметить, что 2019г. характеризуется для компании снижением спроса, скорее всего это вызвано финансовой ситуацией в стране и коронавирусом.

Разработаны рекомендации по улучшению коммерческой деятельности магазина Nike, а именно:

- предложение дополнительных услуг;
- расширение ассортимента;
- осуществление планирования;
- совершенствование компьютеризации процесса закупки товаров;
- оперативное отслеживание потребностей покупателей;
- смена формы и/или метода продажи.

## **Список использованной литературы**

1. Артеменко В.Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. — М.: ДИС; НГАЭ и У, 2018. — 385 с.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. — Т. 2. — Киев: Ника-Центр; Эльга, 2017. — 618 с.
3. Бублик Н.Д., Попенов С.В., Секерин А.Б. Управление финансовыми и банковскими рисками. – Уфа – 2018. – 254с.
4. Гилярова Л.Т., Павленко О.П. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия – СПб.: Питер, 2017.- 425с.
5. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник. – М.: ИЦ «Академия», 2016. – 320с.
6. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учеб. пособие / Н. Б. Клишевич. - М.: КНОРУС, 2015. – 350 с.
7. Колесник И.В. Экономика предприятия, – М.: Юнити - Дана, 2017. – 450с.

8. Ломакин О.Р., Петрушин Л.Л. Финансово-хозяйственная деятельность предприятия: учебник. – М.: Экономика, 2016. - 344 с.
9. Пономаренко П.Л. Экономика предприятия. - М.: Юнити - Дана, 2015. - 290 с.
10. Савенко Т.Ю., Андрущак В.Г. Экономика предприятия / М.: Инфра-М, 2019. - 528.
11. Бусарев В.В. Анализ коммерческой деятельности предприятия // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grandars.ru>
12. Глущенко К.Б. Деятельность фирмы // [Электронный ресурс]. URL:<http://berg.com.ua>
13. Карпов О.Ю. Коммерция и ее особенности // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intalev.ru>
14. Трофимов О.Р. Сущность коммерческой деятельности // [Электронный ресурс]. URL: [http:// al-ros.com/economika/](http://al-ros.com/economika/)
15. Характеристика компании Nike // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nike.com/ru/>