

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

*Тема: Аналіз комерційної діяльності підприємницької структури (на прикладі
ТОВ «Агарт»)*

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

Завідувач кафедри: _____/Мельник Л.Г./

Керівник роботи: _____/Самусь Г.І./

*Виконавець: _____/Давиденко Л.І./
П.І.Б.*

*Група: _____
Ез-61 к
шифр*

Суми 2020

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1 Поняття і зміст комерційної діяльності підприємницької структури	6
1.2. Етапи комерційної діяльності в сфері торгівлі	10
1.3 Методика оцінки ефективності комерційної діяльності.....	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ ТОВ «АГАРТ».....	18
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємницької структури.....	18
2.2 Аналіз організації комерційної діяльності ТОВ «Агарт».....	21
2.3 Оцінка ефективності комерційної діяльності ТОВ «Агарт»	26
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГАРТ»	30
3.1 Рекомендації по вдосконаленню торгово-технологічного процесу.....	30
3.2 Рекомендації щодо впровадження проекту власного інтернет-магазину.....	33
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38

РЕФЕРАТ

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел, який містить 21 найменування. Загальний обсяг роботи становить 39 с., 9 таблиць, 4 рисунки, 6 формул, список використаних джерел 2 сторінки.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка шляхів удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Відповідно до мети завданнями роботи є:

- розглянути теоретичні основи організації комерційної діяльності торговельного підприємства;
- проаналізувати комерційну діяльність підприємницької структури ТОВ «Агарт».
- запропонувати шляхи удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Предметом дослідження є організація комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Об'єктом дослідження є процес комерційної діяльності ТОВ «Агарт».

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження були наступні методи: аналізу, синтезу, статистичний, порівняльний, узагальнення.

У першому розділі роботи розглянуті теоретичні основи організації комерційної діяльності торговельного підприємства.

У другому розділі проаналізована комерційна діяльність підприємницької структури ТОВ «Агарт».

У третьому розділі запропоновані шляхи удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Ключові слова: КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНОСТІ, ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО, АСОРТИМЕНТ ТОВАРІВ, ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТ, СПОЖИВАЧ

ВСТУП

Комерційна діяльність підприємства – комплекс діяльності фірми по створенню, виробництву та доведенню товару до споживача.

Головною метою комерційної діяльності є отримання прибутку через задоволення купівельного попиту при високій культурі торговельного обслуговування. Дана мета вимагає своєчасного реагування на зміни, що відбуваються на ринку. Здійснювати продаж товарів необхідно так, щоб кожна комерційна операція забезпечувала максимально можливий рівень рентабельності, торговий ризик зводився до мінімуму, зміцнювалося становище підприємства на ринку і зростала довіра ділових партнерів до даного підприємства. Ефективна комерційна діяльність забезпечує стійкий економічний стан підприємства, його конкурентоспроможність. Для того щоб комерційна діяльність була ефективною, підприємства повинні вміти виявляти всі недоліки торгово-технологічного та організаційного процесу та своєчасно їх усувати.

У здійсненні комерційної діяльності першочергову роль відіграє її організація. Організація – сукупність дій і процесів, що ведуть до утворення і вдосконалення взаємозв'язків між частинами цілого. На цій основі будується організація комерційної діяльності підприємства, якій властиві певні закономірності функціонування і взаємодії складових елементів.

Актуальність теми даної роботи обумовлена тим, що організація комерційної діяльності підприємницької структури на товарному ринку є одним з найбільш важливих елементів системи взаємодії фірми і споживача як суб'єктів економічних відносин.

Цю тему досліджувало багато вчених а Л. В. Балабанова, Ю.І. Кравченко, С.В. Мочерний, М.М. Хоменко, О.А. Устенко та ін.

Об'єктом дослідження є процес комерційної діяльності ТОВ «Агарт».

Предметом дослідження є організація комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка шляхів удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Відповідно до мети завданнями роботи є:

- розглянути теоретичні основи організації комерційної діяльності торговельного підприємства;
- проаналізувати комерційну діяльність підприємницької структури ТОВ «Агарт».
- запропонувати шляхи удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт».

Методологічною основою дослідження були наступні методи: аналізу, синтезу, статистичний, порівняльний, узагальнення.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття і зміст комерційної діяльності підприємницької структури

Поняття «комерція» прийшло до нас з латинської мови і в перекладі означає «торгівля». В даний час під торгівлею розуміється, по-перше, форма товарного обігу, що здійснюється через гроші, по-друге, самостійна галузь народного господарства і, по-третє, це діяльність, спрямована на вчинення актів купівлі-продажу товарів і послуг. Термін «комерція» ближче до третього поняття торгівлі – діяльності, пов'язаної із здійсненням купівлі-продажу.

Таким чином, можна сформулювати наступне визначення комерційної діяльності – це посередницька діяльність, спрямована на задоволення споживчого попиту шляхом купівлі-продажу товарів і послуг з метою отримання прибутку [1, с.27].

Розглянемо основні підходи до поняття комерційної діяльності.

Так, на думку І. Марченко «комерційна діяльність – це система оперативно-організаційних заходів, спрямованих на організацію і управління процесами купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту і отримання прибутку» [2, с.28].

А. Бусигін вважає, що «комерційна діяльність – комплекс операцій, що забезпечують купівлю-продаж товарів, і разом з торговими процесами формують торгівлю як вид діяльності» [3, с.15].

В.Апопій зазначає, що комерційна діяльність – спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [4, с.121].

Отже, комерційна діяльність торгової організації передбачає виконання комплексу торгово-організаційних операцій, а також управління даними операціями.

Комерційна діяльність безпосередньо реалізується організаціями, підприємствами, юридичними, а також фізичними особами, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, забезпечує операції обміну між господарюючими суб'єктами на ринку товарів і послуг. Вона здійснюється у відповідності до законодавства, правовими та нормативними актами [5, с.78].

Торговельне підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт, створений для закупівлі, зберігання, реалізації товарів і надання супутніх послуг з метою задоволення потреб ринку і отримання прибутку [6, с.45].

Ефективна комерційна діяльність на торговому підприємстві має на увазі оперативне управління торговими процесами і трудовими ресурсами. Основною функцією торгового підприємства є продаж (реалізація) товарів споживачам, яка супроводжується перетворенням товарної форми вартості в грошову. Щоб реалізувати цю функцію, підприємству необхідно вирішити такі завдання:

- вивчити попит споживачів;
- організувати доставку товару з місць виробництва в місця споживання;
- забезпечити зберігання товару;
- організувати надання супутніх послуг [7, с.105].

Комплекс завдань комерційної діяльності на ринку товарів і послуг відображений на рисунку 1.1 [8, с.133].

Для досягнення поставлених в комерційній діяльності завдань необхідно керуватися такими принципами:

- принципом виділення пріоритетів;
- принципом нерозривності комерції з основами маркетингу;
- принципом гнучкості, заснованим на безперервному обліку мінливих вимог ринку, і своєчасної адаптації до похідимо змін;
- принципом прояв особистої ініціативи управлінського персоналу.



Рисунок 1.1 Комплекс завдань комерційної діяльності на ринку товарів і послуг

Залежно від мети, з якою купуються товари, торгівлю поділяють на два види:

- гуртова торгівля. Являє собою торгівлю товарами з метою подальшим перепродажем або професійним використанням;
- роздрібна торгівля. Являє собою торгівлю товарами з метою особистого, сімейного, домашнього використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю [9,с.301].

Функції торгових підприємств поділяються на комерційні та організаційно-технологічні.

До комерційних функцій відносять [10,с.265]:

- функції, пов'язані з купівлею-продажем товарів (торгові);
- управління товаропостачанням;
- управління господарськими зв'язками між постачальниками і споживачами;
- управління товарними запасами;
- управління товарним асортиментом;
- маркетинг;
- управління фінансово-економічною діяльністю підприємства;
- бухгалтерський облік.

До організаційно-технологічних функцій відносять:

- управління технологічними процесами руху товару;
- перспективне планування;
- управління матеріально-технічним постачанням;
- організація праці та формування фонду заробітної плати;
- управління допоміжними службами.

Здійснення комерційної діяльності супроводжується наявністю комерційних ризиків.

До основних видів комерційних ризиків відносяться [11, с.321]:

- ризик випадкової загибелі майна;
- ризик невиконання договірних зобов'язань;
- економічний ризик;
- ціновий ризик;
- маркетинговий ризик;
- валютний ризик;
- інфляційний ризик;
- інвестиційний ризик;
- ризик неплатоспроможності;
- транспортний ризик.

1.2 Етапи комерційної діяльності в сфері торгівлі

Розглянемо етапи комерційної діяльності в сфері торгівлі та комерційного посередництва у вигляді схеми, показаної на рисунку 1.2.

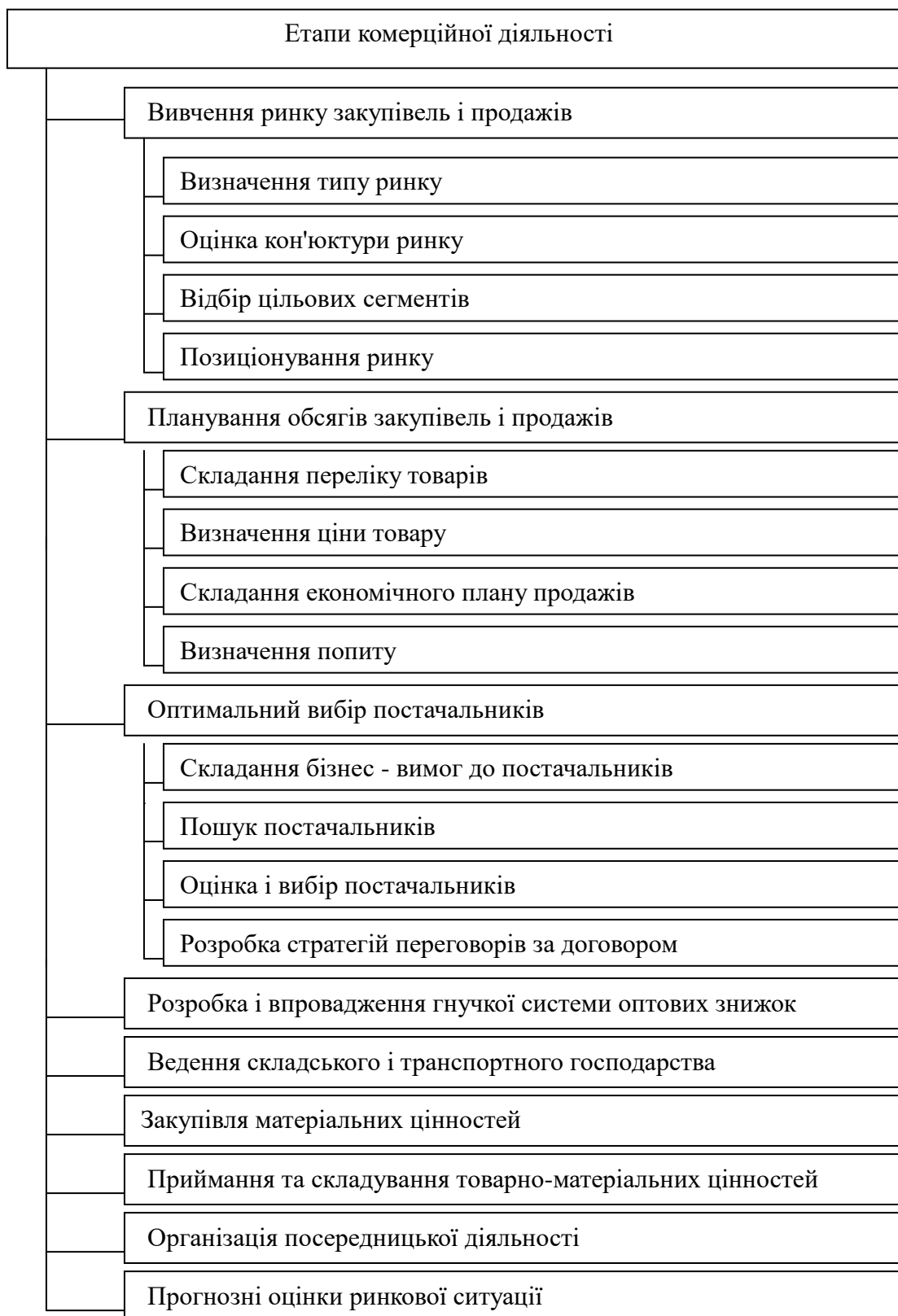


Рисунок 1.2 Етапи комерційної діяльності

Як видно з рисунку 1.2 початковим етапом комерційної діяльності є вивчення ринку продажів, в процесі якого виявляються відповіді на питання: хто, чому і в яких кількостях купує або буде купувати продукцію підприємства.

До числа основних завдань підприємства належить визначення попиту і ємності кожного конкретного ринку за кожним видом товарів. Ці показники будуть характеризувати можливі обсяги збуту товарів. Від того, наскільки ретельно вивчені та визначені рівень і структура попиту, тенденції його зміни, буде залежати як успіх підприємства на ринку, так і час, протягом якого воно може утримати на ньому свої позиції.

Основними напрямками дослідження ринку є [12,с.112]:

- визначення типу ринку;
- оцінка кон'юнктури ринку;
- відбір цільових сегментів;
- позиціонування ринку.

При дослідженні ринку необхідно, в першу чергу, визначити тип ринку по кожному товару або послугі. Наступним завданням, розв'язуваної на першому етапі, є оцінка кон'юнктури ринку. У процесі вирішення даного завдання здійснюється оцінка чисельності покупців в кожному з виділених сегментів, рівень попиту, визначення ємності ринку і ступеня задоволення попиту. На основі отриманих даних здійснюється відбір найбільш вигідних для підприємства сегментів цільових ринків[13, с.107].

Також одним із завдань, що вирішується в рамках першого етапу комерційної діяльності, є процес відбору цільових сегментів. На основі даних оцінки кон'юнктури ринку здійснюється відбір найбільш вигідних для підприємства сегментів. Перспективним може вважатися сегмент, в якому знаходиться приблизно 20% покупців даного ринку, які купують 80% товару, пропонованого підприємством, при цьому виробляють дослідження положення підприємства на ринку.

Сегментація ринку являє собою процес поділу ринку на однорідні групи покупців, для кожної з яких можуть знадобитися певні товари і комплекси маркетингу.

Наступним завданням, розв'язуваної в рамках першого етапу, є визначення позиціонування ринку, при якому описуються дії по виведенню товару на ринок і забезпечення йому конкурентоспроможного положення в сегменті. По здійсненню позиціонування ринку.

Другим етапом комерційної діяльності є планування обсягів закупівель і продажів. В процесі збуту надходять об'єктивні дані про стан споживчого попиту, які служать основою для розробки (уточнення) збутової політики торгового підприємства. Вивчення потреби в певному виді продукції не зводиться лише до виявлення різних груп потенційних покупців. Проблема полягає і в визначенні купівельних потреб з точки зору платоспроможного попиту. Процес формування економічного плану продажів показаний на рисунку 1.3. Таким чином, вивчення ринку в плані споживання - одна з головних передумов раціональної організації збутової діяльності [14,с.218].

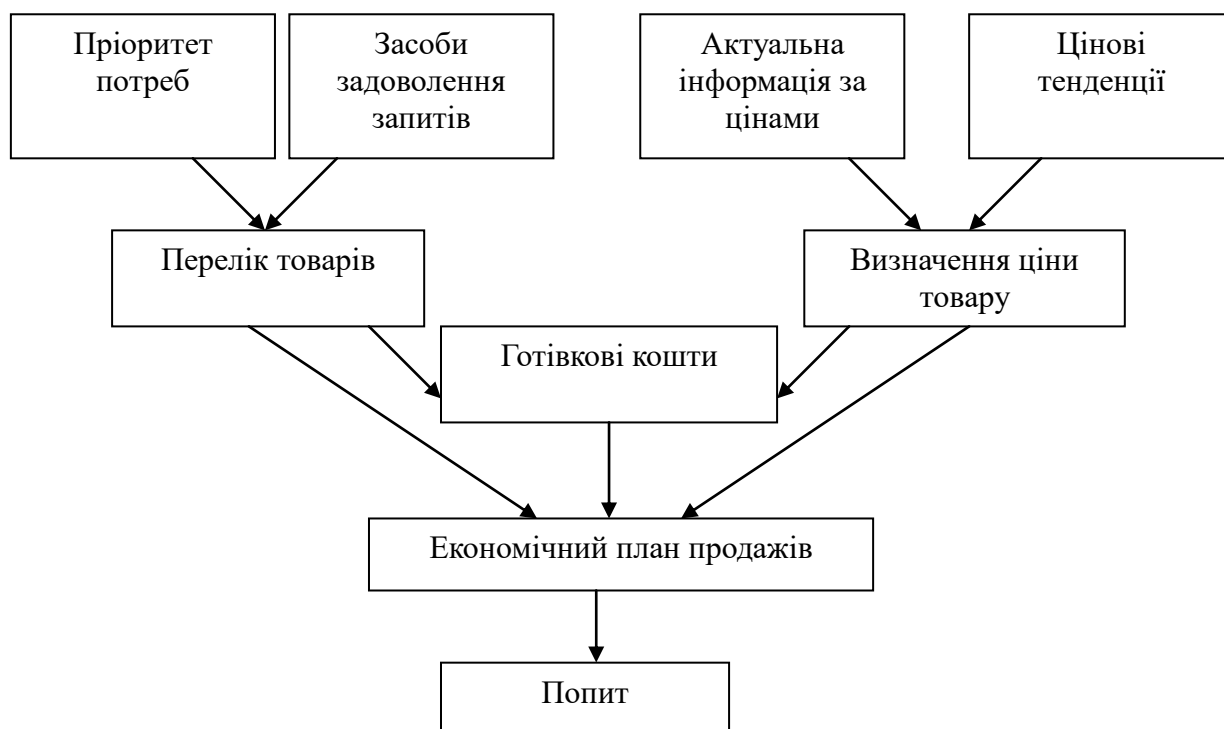


Рисунок 1.3 Процес формування економічного плану продажів

В реальній дійсності оптові підприємства працюють по кожному товару окремо, з тим, щоб з урахуванням кон'юнктури ринку поступово збільшувати обсяги продажів.

Третім етапом комерційної діяльності є оптимальний вибір постачальника.

Вибір постачальника може бути дуже складним і трудомістким процесом для підприємства. Етапи вибору постачальника: Складання бізнес - вимог до постачальників, пошук постачальників, підготовка запиту про надання інформації, оцінка та вибір постачальників, розробка стратегій переговорів за договором.

Наступним етапом комерційної діяльності виступає розробка і впровадження гнучкої системи оптових знижок. Персональне зниження ціни розцінюється як дуже вмілий та вишуканий комплімент, а значить, саме тому доставляє стільки ж позитивних емоцій. Іншими словами, знижка є першим кроком до формування системи лояльності, який свідчить про унікальність клієнта та доставляє йому моральне задоволення та комфорт.

П'ятим етапом комерційної діяльності є ведення складського і транспортного господарства. Складське господарство призначене забезпечувати технічну, економічну та організаційну діяльність, пов'язану зі складським зберіганням матеріальних цінностей та їх переробкою відповідно до потреб клієнтської бази.

Наступним етапом комерційної діяльності виступає закупівля матеріальних цінностей. Товарно-матеріальними цінностями вважаються активи, які:

- зберігаються для перепродажу;
- знаходяться в процесі виробництва для подальшого продажу;
- існують у формі матеріалів або запасів, які будуть спожиті в процесі виробництва або надання послуг.

Рациональна організація оптових закупівель для підприємця передбачає:

- забезпечення зростання товарообігу;
- формування конкурентоспроможного асортименту;

- формування оптимальної величини товарних запасів;
- забезпечують безперебійне постачання роздрібної торгівлі;
- вплив на виробництво виходячи з ситуації на ринку;
- забезпечення необхідних показників рентабельності.

Сьомим етапом комерційної діяльності є приймання і складування товарно-матеріальних цінностей. Товарно-матеріальні цінності (виробничі запаси, готова продукція, товари, інші запаси) заносяться в описи за кожним окремим найменуванням із зазначенням виду, групи, кількості та інших необхідних даних (артикулу, сорту та ін.) [14,с.219].

Отримання товару оформляється по-різному в залежності від близькості офісу до місця знаходження складу.

Далі в якості восьмого етапу комерційної діяльності виділяється посередницька діяльність. Крім прямих продажів існують продажу з використанням різного роду посередників. Такий підхід найчастіше використовується в усіх видах оптових продажів.

Можна виділити кілька основних типів торгових посередників[15,с.221]:

- дилери виступають від свого імені і за свій рахунок;
- дистриб'ютори виступають від чужого імені і за свій рахунок;
- комісіонери виступають від свого імені і за чужий рахунок;
- агенти, брокери виступають від чужого імені і за чужий рахунок.

В якості заключного етапу комерційної діяльності аналізуються прогнозні оцінки ринкової ситуації.

1.3 Методика оцінки ефективності комерційної діяльності

Управління комерційною діяльністю торгового підприємства багато в чому залежить від результатів її роботи, а саме від ефективності діяльності підприємства.

Показники діяльності торгового підприємства, що здійснюється на комерційній основі, підрозділяються на дві групи, що оцінюють дві категорії:

економічну ефективність і економічний ефект. Економічна ефективність визначається як співвідношення між витратами по залученим виробничим, матеріальним, фінансовим, трудовим ресурсів та отриманими результатами.

Економічний ефект - це результат від функціонування підприємства, що виражається такими показниками, як товарообіг, обсяг продажу товарів, валовий дохід, прибуток[16,с.153].

Облік, всебічний аналіз та оцінка економічних показників шляхом зіставлення витратного і прибуткового механізмів є вихідними у визначенні ефективності комерційної діяльності.

Існує прямий зв'язок між товарообігом і обсягом реалізації товарів. Чим більше цільовий товарообіг, тим вище ймовірність зростання обсягу продажу товарів. В цьому випадку певне значення має просування кожного окремо взятого товару до споживача за одиницю часу.

Обсяг реалізації товарів є змінною величиною. На його розміри і стабільність впливає безліч факторів: асортимент пропонованих товарів, конкурентоспроможність продукції, ціна, платоспроможність покупців та ін.

Валовий дохід визначається як сума грошових коштів, отриманих від реалізації продукції, за вирахуванням вартості її при набутті у постачальників. Його величина залежить від закупівельної діяльності, асортиментної структури товарообігу і сумарною торгової надбавки (націнки). Чим менше витрати на закупівлю товарів, тим більше валовий дохід [17,с.151].

Прибуток являє собою сумарно-результативний показник досліджуваного підприємства. Отриманий валовий дохід від купівлі і продажу товарів мінус витрати обігу виражає прибуток на вкладений капітал.

В якості основного критерію оцінки ефективності торгового підприємства використовується рентабельність, яка є синонімом норми прибутку, тобто. рівня прибутку на капітал, вкладеного в справу.

Норма прибутку розраховується за такою формулою:

$$\text{Норма прибутку} = \frac{\text{Доходи} - \text{Витрати}}{\text{Капітал}}, \quad (1.1)$$

Ця формула прийнятна для великих фірм, господарська діяльність яких залежить від інвестицій в основні та оборотні кошти.

Прибутковість (загальна економічна рентабельність) торгових підприємств розраховується за формулі:

$$P_o = \Pi / T \times 100, \quad (1.2)$$

де Π - сума прибутку (валового або чистого);

T - обсяг товарообороту (без ПДВ).

Критерієм оцінки ефективності комерційної діяльності може служити прибутковість на вкладений капітал.

Цей показник визначається за такою формулою:

$$P_k = (\Pi / T \times 100) \times (T / K) \text{ або } P_k = P_T \times O_k, \quad (1.3)$$

де P_T - рентабельність товарообігу (продажу);

O_k - оборотність капіталу підприємства (число оборотів).

Система показників, що характеризують ефективність комерційної діяльності торгового підприємства, включає:

- узагальнюючі показники ефективності діяльності підприємства;
- показники ефективності використання основних фондів, власного капіталу і матеріально-оборотних коштів;
- показники ефективності робочої сили і поточних витрат.

Система показників, що характеризують ефективність комерційної діяльності торгового підприємства, представлена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Система показників ефективності комерційної діяльності торгового підприємства

Група показників	Назва показників і їх умовне позначення	Формули розрахунку
Узагальнюючі показники ефективності діяльності	Загальна економічна рентабельність (прибутковість) - P_o Рентабельність товарообігу (продажів) - P_r Число оборотів капіталу - O_k	$P / T \times 100$ $P / T \times 100$ T / K
Ефективність використання власного капіталу	Рентабельність власного капіталу - P_{kc}	$P / K_c \times 100$
Ефективність використання основних фондів (ОФ)	Рентабельність основних засобів (фондів) – P_{of} . Товарообіг на 1 м ² загальної (торгової) площі магазину Прибуток на 1 м ² загальної (торгової) площі магазину. S - загальна торгова площа магазину.	$P / OF \times 100$ T / S P / S
Ефективність використання матеріальних оборотних коштів (МК)	Рентабельність матеріальних оборотних коштів - $P_{ш}$. Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних коштів - K_0 Зср. - середні товарні запаси	$P / MK \times 100$ $T / Z_{ср}$
Ефективність використання робочої сили	Товарообіг на одного працівника. Прибуток на одного працівника. Валовий, або чистий, прибуток, отриманий в розрахунку на 1 тис. грн. коштів, витрачених на оплату праці і соціальні потреби. ЧП - чисельність працівників.	$T / ЧП$ $P / ЧП$
Ефективність поточних витрат (ПВ)	Рівень витрат обігу (ІС до товарообігу). Рентабельність поточних витрат - P_a .	$P / IC \times 100$ $PB / T \times 100$

Відносні показники та рентабельність визначаються з метою виявлення ефективності використання торговим підприємством своїх ресурсів. У міру зростання інфляції, конкуренції та вартості капіталу.

Таким чином, на основі аналізу економічних показників і чинників, що впливають на них, можна об'єктивно оцінити загальну ефективність комерційної діяльності торгового підприємства [18, с.300]

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ ТОВ «АГАРТ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємницької структури

Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «Агарт» знаходиться за юридичною адресою: вул. Раскової б.1, м. Київ, 02002.

Основним видом діяльності ТОВ «Агарт» на даний момент є оптова торгівля виробничим електричним і електронним обладнанням та електротоварами. Крім основного виду діяльності Товариство здійснює наступні види діяльності:

- електромонтажні роботи;
- будівельно-монтажні, ремонтно-будівельні роботи;
- будівництво, реконструкція, капітальний ремонт житлових будинків і промислових об'єктів, внутрішніх і зовнішніх мереж;
- організація торгово-закупівельної діяльності з використанням різних форм торгівлі, в тому числі з організацією власних торгових точок, спеціалізованих і фірмових магазинів;
- виробництво товарів народного споживання та продукції виробничо-технічного призначення [19].

Всі перераховані вище види діяльності здійснюються відповідно до чинного законодавства.

ТОВ «Агарт» займається оптовою торгівлею електротоварів та електроматеріалів, а саме реалізацією лічильниками електричної енергії, кабелями, шафами обліку електроенергії, датчиками освітленості, контакторами, світильниками, лампами та ін.

Організаційна структура ТОВ «Агарт» представлена на рисунку 2.1. На підприємстві ТОВ «Агарт» сформована лінійна організаційна структура управління.

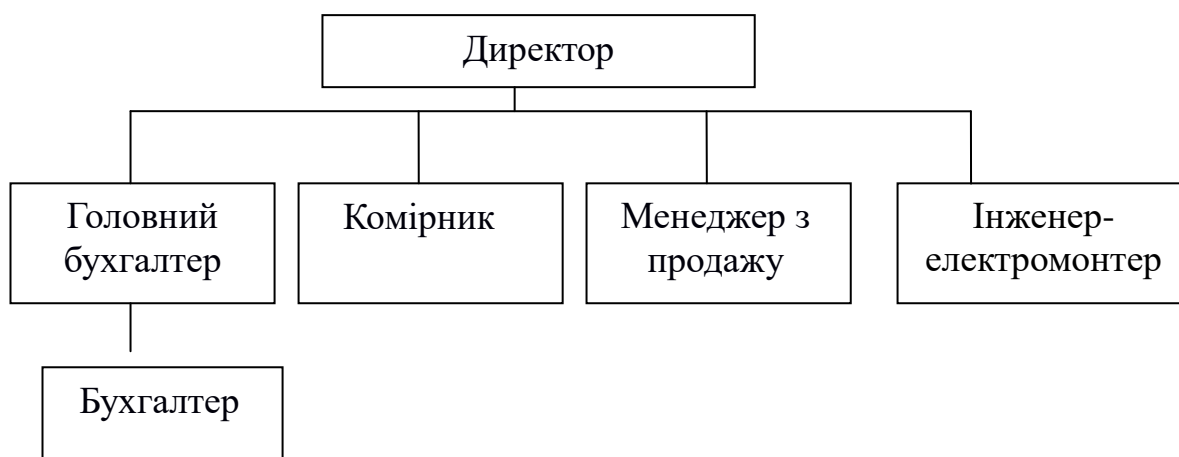


Рисунок 2.1 Організаційна структура ТОВ «Агарт»

Проведемо аналіз економічного стану підприємства. Основні економічні показники господарської діяльності ТОВ «Агарт» представлені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Основні економічні показники господарської діяльності ТОВ «Агарт» за 2017 - 2019 рр.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення по роках (+; -)		Темп зростання по роках, у%	
				2018р до 2017 р	2019р до 2018 р	2018 р.	2019 р.
Виручка продажу товарів, тис. грн.	2017	1446	4509	- 564	3063	71,94	311,83
Собівартість тис. грн.	1800	1551	3903	- 249	2352	86,17	251,64
Валовий прибуток, тис. грн.	210	- 105	606	- 315	711	- 50,00	- 577,14
Товарні запаси, тис. грн.	236	277	756	164,3	303,95	117,37	272,92
Товарообіг, днів	42,86	69,92	61,20	27,06	-8,72	163,15	87,52
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	7	7	7	0	0	100	100
Складська площа, м²	46	46	46	0	0	100	100
Товарообіг на 1 м² складської площі, тис. грн.	43,70	31,43	98,02	-12,26	66,587	71,94	311,83
Комерційні витрати, тис. грн.	30	31	54	1	23	103,33	174,19

Продовження таблиці 2.1

Прибуток від реалізації, тис. грн.	180	- 136	552	-316	688	- 75,56	- 405,88
Рентабельність продажів по прибутку від реалізації, %	8,96	- 9,41	12,24	-18,36	21,65	-	-
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	176	-145	543	- 321	688	- 82,34	- 374,48
Поточний податок на прибуток, тис. грн.	35	0	109	- 35	109	-	-
Чистий прибуток, тис. грн.	141	- 145	434	- 286	579	- 102,84	- 299,31

Одним з основних показників, що характеризують діяльність торгового підприємства, є товарообіг, який виражається в обсязі грошової виручки за продані товари. За розміром товарообігу можна судити про значимість організації торгівлі на відповідному ринку. З представлених даних видно, що виручка від продажу товарів ТОВ «Агарт» з 2017 року по 2019 рік мала різноспрямовану динаміку, причому в 2018 р. відносно 2017 р. вона знизилася на 564 тис. грн., у 2019 р. щодо 2018 р. збільшилася більш ніж в 2 рази (на 212%) або на 3063 тис. грн.

Виручка від продажів, робіт і послуг складається з обсягу продажів і цін на товари та послуги, тому її збільшення на даному підприємстві, перш за все, пов'язано зі збільшенням обсягу продажів, так як ціни на продукцію істотно не змінювалися. Зниження обсягу продажів у 2018 році спостерігалось в зв'язку з тим, що у ТОВ «Агарт» були проблеми з укладенням довгострокових договорів, не проводились рекламні заходи, підприємство не брало участь у виставках, відмовляючись тим самим від пошуку потенційних клієнтів.

З даних таблиці 2.1 видно, що в період з 2017 по 2019 рр. собівартість також змінювалася неоднозначним чином, відображаючи напрямки динаміки виручки від реалізації товарів (у 2018 р. собівартість на 249 тис. грн. зменшилася у порівнянні з 2017 р., у 2019 р. собівартість в порівнянні з 2018 р. збільшилася на 2352 тис. грн.). При цьому темпи зростання (зниження) виручки

від реалізації, розраховані в таблиці 2.1, випереджають темпи зростання (зниження) повної собівартості, про це свідчить і динаміка валового прибутку.

Більш високі темпи зростання валового прибутку в порівнянні з темпами зростання виручки від реалізації товарів і собівартості в 2019 році обумовлені тим, що товари стали продаватися з більш високими надбавками, а також покращилася асортиментна група товарів, що користується попитом.

У 2019 р. зростання прибутку від продажів на 688 тис. грн. відбулося за рахунок перевищення темпів зростання товарообігу (311, 83%) над темпами зростання собівартості (251,64%).

ТОВ «Агарт» характеризується достатньою постійністю трудового колективу. Підприємство приділяє велику увагу питанням закріплення кадрів на підприємстві та підвищенню рівня трудової дисципліни. Завдяки цьому на підприємстві за останні 3 роки сформувався стійкий колектив, значно виріс професійний рівень його працівників.

ТОВ «Агарт» за аналізований період покращує виробничо-господарську діяльність, також валютний баланс за останній рік збільшився. У 2019 р. дане збільшення склало 248,65%.

2.2 Аналіз організації комерційної діяльності ТОВ «Агарт»

Для того щоб дати об'єктивну оцінку організації комерційної діяльності підприємства ТОВ «Агарт» необхідно проаналізувати роботу з постачальниками, покупцями, досліджувати конкурентне середовище підприємства, а також переглянути, як товар проходить шлях з моменту прийняття його на підприємство до реалізації його покупцям, тобто досліджувати торгово-технологічний процес.

Розглянемо весь торгово-технологічний процес діяльності підприємства.

Торгово-технологічний процес підприємства поділяється на наступні етапи:

- 1) організація та технологія операцій з надходження та приймання товарів;
- 2) організація та технологія зберігання та підготовки товарів до продажу;
- 3) організація та технологія продажу товарів [17,с.395].

Проаналізуємо кожен етап докладно.

Перший етап – організація і технологія операцій з надходження і приймання товарів. Товар для ТОВ «Агарт» транспортується переважно транспортними компаніями.

Для аналізу роботи підприємства ТОВ «Агарт» з транспортними компаніями необхідно розглянути способи поставки товарів, терміни співробітництва та чи були за весь термін роботи збої в постачанні товарів. Аналіз роботи з транспортними компаніями ТОВ «Агарт» представлено в порівняльній таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз роботи ТОВ «Агарт» з транспортними компаніями

Транспортна компанія	Спосіб поставки	Термін співпраці	Збої в постачанні
1) ТОВ «Алфабай»	автотранспортні, контейнерні перевезення	3 роки	-
2) АТ «Укрзалізниця»	залізничні	4 роки	+

Дані таблиці 2.2 свідчать, що підприємство ТОВ «Агарт» співпрацює з транспортними компаніями протягом усього терміну свого існування. ТОВ «Агарт» переважно працює з транспортними компаніями АТ «Укрзалізниця», ТОВ «Алфабай». За весь період співробітництва незначні збої в постачанні траплялися тільки у АТ «Укрзалізниця». ТОВ «Агарт» не виділяє лідера серед цих компаній та працює з обома компаніями в рівній мірі, вибір транспортної компанії при транспортуванні конкретного товару надається постачальнику і залежить від зручності його відправлення.

Вивантаження прибулого товару здійснюють вантажники транспортної компанії, а приймає товар комірник. Приймання товару може відбуватися як на складі транспортної компанії з подальшим транспортуванням на власний склад,

так і на власному складі, при заздалегідь обумовленій доставці до складу вантажоодержувача. Приймання товарів здійснюється за кількістю та за якістю. Приймання товарів за кількістю здійснює комірник. Він звіряє масу, одиниці товару, що фактично надійшов з показниками рахунків-фактур, товарно-транспортними накладними та іншими супровідними документами по кожній групі товарів. При надходженні товару підприємство-постачальник надає рахунок-фактуру та товарну накладну, в яких вказується найменування товару, кількість, ціна за одиницю, вартість товарів без податку, податкова ставка та інша інформація. При надходженні товару по залізничних коліях складається акт про послуги, що надаються: послуги з навантаження та подачі вагона і відшкодування залізничного тарифу, де вказується повна вартість послуг. У разі виявлення недостачі товару за кількістю одиниць проводиться приймання товару, що фактично надійшов з відмітками в супровідних документах, а відсутня кількість товару відправляється наступною партією. Приймання товарів за якістю, також здійснюється комірником. Він виявляє якість та комплектність товарів, відповідність тари, упаковки та маркування товарів встановленим вимогам. Якщо при прийманні товарів виявлені порушення за якістю, то складається акт на повернення товару і даний товар повертається постачальнику.

Другий етап – організація і технологія зберігання та підготовки товарів до продажу. За зберігання товарів на складі підприємства ТОВ «Агарт» відповідає комірник. В його обов'язки входить здійснення приймання товарів при їх надходженні та видача при їх реалізації, а так само здійснення управлінського обліку руху товарно-матеріальних цінностей на складі.

Товари, що реалізуються ТОВ «Агарт» відносяться до групи непродовольчих і не потребують спеціальних умов зберігання. Відповідно до обов'язків комірника не входить спостереження за дотриманням температурного режиму та всіляких санітарних норм на складському приміщенні, та відсутня необхідність в наявності на складі будь-якого спеціального обладнання для підтримання цих умов.

Підготовка товарів до продажу полягає в їх розпакуванні, сортуванні, маркуванні. При розпакуванні товарів їх звільняють від зовнішньої транспортної тари та сортують товари за асортиментними ознаками. Всі ці підготовчі операції проводяться в спеціальному приміщенні поряд зі складом, обладнаним робочим місцем.

Третій етап – організація та технологія продажу товарів. ТОВ «Агарт» для продажу товарів використовує такі методи:

1) продаж товарів за зразками;

Зразки товарів викладають в офісному приміщенні. Покупці можуть ознайомитися з ними за допомогою менеджера з продажу. Зразки забезпечені чітко оформленими ярликами, в яких зазначено найменування товару, артикул, сорт, найменування виробника та ціну;

2) торгівля за попередніми замовленнями.

Замовлення приймаються в офісі або за місцем роботи замовника. Приймаються в письмовій або усній формі, а так само по електронній пошті, в залежності від обсягу поставок, ліквідності товару, що замовляється і ступеня довіри до замовника. Розрахунок здійснюється шляхом оплати вартості товарів у момент їх отримання або за допомогою електронного переказу. Замовлені товари доставляються у вказане місце, або відвантажуються зі складу.

Дослідження постачальників.

Аналіз роботи з постачальниками ТОВ «Агарт» представлено в порівняльній таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз роботи ТОВ «Агарт» з постачальниками

Постачальники товару	Населений пункт постачальника	Поставляємий товар	Термін співпраці з ТОВ «Агарт»	Збої в поставці товару	Надання знижок та пільг
1) ТОВ «Запорізький завод кольорових металів»	м. Запоріжжя	Лічильники, кабелі	4 роки	-	-

Продовження таблиці 2.3

2) ТОВ «Воїс»	м.Вінниця	Шафи, щити, розетки, вимикачі, кабелю	3 роки	+	+
3) ТОВ «Еней»	м.Київ	кабель	2 роки	-	-
4) ТОВ «Катех-Електро»	пгт.Коцюбинське Київська обл.	корпуси електричних шаф	3 роки	+	+

Проаналізувавши таблицю 2.3 можна зробити висновок, що в своїй роботі на ринку електротоварів починаючи з 2016 року ТОВ «Агарт» співпрацює з безліччю постачальників з різних міст. Найбільш тісне, плідне та довгострокове співробітництво у ТОВ «Агарт» відбулося з підприємствами ТОВ «Запорізький завод кольорових металів», ТОВ «Катех-Електро», ТОВ «Воїс».

Варто зазначити що у ряда постачальників, а саме ТОВ «Запорізький завод кольорових металів», ТОВ «Еней» були відсутні збої в постачаннях за весь період співпраці.

Однак, є і негативні сторони в роботі з деякими постачальниками. підприємствами ТОВ «Запорізький завод кольорових металів», ТОВ «Еней» вимагають надання повної передоплати, що в свою чергу збільшує період поставки необхідного товару.

Далі слід детально розглянути конкурентне середовище підприємства.

Дослідження конкурентів складається з порівняльного аналізу факторів конкурентного середовища. Основними конкурентами ТОВ «Агарт» по оптовій торгівлі є: ТОВ «Електро», ТОВ «Укрінком», ТОВ НВП «Промелектро», ТОВ «Струмок», ТОВ «Кабель-Інвест» (табл.2.4).

Таблиця 2.4 – Порівняльний аналіз факторів конкурентного середовища підприємства ТОВ «Агарт»

Основні конкуренти	Конкуруючі товари	Частка ринку, у %
ТОВ «Електро»	Корпуси електричних шаф, електроди	22
ТОВ «Укрінком»	Лічильники	15
ТОВ «Промелектро»	Лічильники, пульти дистанційні	20
ТОВ «Струмок»	Шафи, щити, розетки, вимикачі	35
ТОВ «Кабель-Інвест»	Кабель, дроти	8

Як видно із таблиці 2.4 найбільшу частку ринку по місту мають підприємства ТОВ «Струмок», ТОВ «Електро», ТОВ «Укрінком».

2.3 Оцінка ефективності комерційної діяльності ТОВ «Агарт»

Для того щоб дати оцінку організації комерційної діяльності ТОВ «Агарт», необхідно проаналізувати ефективність його комерційної діяльності. Для цього виділимо показники оцінки ефективності комерційної діяльності в розрізі напрямків комерційної діяльності: формування асортименту товарів, планування забезпечення товарами, формування та стимулювання попиту, економічна ефективність комерційної діяльності.

У ТОВ «Агарт» асортимент товарів формується на підставі асортиментного переліку товарів. В даному асортиментному переліку передбачається групова структура асортименту товарів. При цьому кожному виду товарів визначається кількість різновидів, асортимент яких необхідно пропонувати покупцеві.

Широта асортименту – це кількість видів, найменувань та різновидів товарів, однорідних і різнорідних груп і оцінюється коефіцієнтом широти [17,с.415]:

$$K_{\text{ш}} = \Gamma_{\text{ф}} / \Gamma_{\text{н}}, \quad (2.1)$$

де $\Gamma_{\text{ф}}$ - кількість груп товарів на момент визначення, од.;

$\Gamma_{\text{н}}$ - загальна кількість груп товарів, од.

Широта товарної номенклатури підприємства представлена 24 асортиментними групами товарів. Насиченість товарної номенклатури від 1 до 10 асортиментних позицій у кожній асортиментній групі.

На момент аналізу не було в наявності товарів тільки однієї асортиментної групи. Таким чином, асортимент товарів був представлений 20 групами товарів, широта асортименту ТОВ «Агарт» склала:

$$K_{\text{ш}} = 20/24 = 0,83.$$

Коефіцієнт широти асортименту дорівнює 0,83, тобто підприємство має майже 100% товарів в наявності.

Глибина асортименту визначається числом різновидів товарів за кожним найменуванням. Коефіцієнт середньої глибини асортименту оцінюють за формулою:

$$K_{\text{ср.г}} = R_{\text{т}} / R_{\text{г}}, \quad (2.2)$$

де $R_{\text{т}}$ - кількість всього товару в кожній групі, од.

$R_{\text{г}}$ - кількість товарних груп, од.

$$K_{\text{ср.г}} = 1700/24 = 70,83.$$

Таким чином, середня глибина асортименту ТОВ «Агарт» дорівнює 70,83, тобто середня глибина в кожній товарній групі дорівнює 70 одиниць.

Далі розрахуємо коефіцієнт повноти асортименту.

В якості основної ознаки при розрахунку коефіцієнта повноти було вибрано – виробник щитів. При розрахунку коефіцієнта повноти асортименту необхідно врахувати повноту дійсну та повноту базову. повнота дійсна ($P_{\text{д}}$) дорівнює 4, повнота базова ($P_{\text{б}}$) дорівнює 9.

Коефіцієнт повноти розраховується за формулою:

$$K_{\text{п}} = (P_{\text{д}} / P_{\text{б}}), \quad (2.3)$$

де $K_{\text{п}}$ - коефіцієнт повноти;

$P_{\text{б}}$ - повнота базова;

$P_{\text{д}}$ - повнота дійсна,

Розрахуємо коефіцієнт повноти:

$$K_{\text{п}} = 4/9 = 0,44.$$

Коефіцієнт повноти, рівний 0,44, свідчить про те, що в порівнянні з конкуруючими підприємствами у ТОВ «Агарт» асортимент щитів за ознакою «Виробник» представлено недостатньо повно, щоб споживач вибрав необхідний йому товар.

Коефіцієнт оновлення асортименту по більшості груп товарів у ТОВ «Агарт» у 2019 році склав 0,07, характеризуючи недостатнє оновлення асортименту, незважаючи на високий попит на товари групи.

На рисунку 2.1 відображені обсяги продажу товарів ТОВ «Агарт», що свідчать про збільшення попиту за аналізований період.

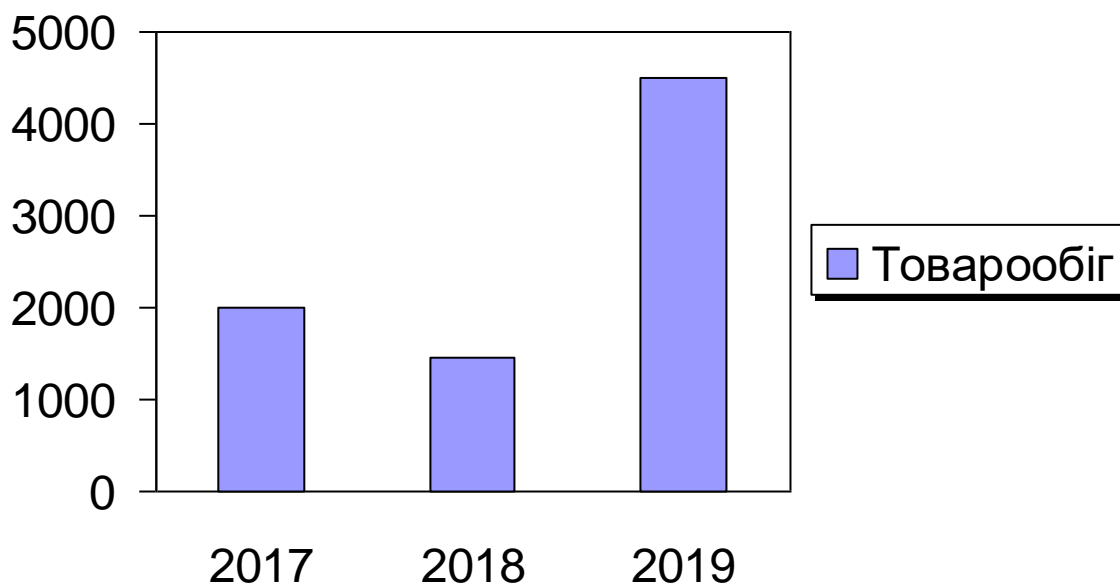


Рисунок 2.1 Динаміка обсягів реалізації товарів ТОВ «Агарт»

Що стосується заходів щодо стимулювання збуту, то підприємство не має достатнього досвіду в цьому способі просування товару на споживчий ринок.

Таким чином, в ТОВ «Агарт» необхідно переглянути політику в області заходів щодо стимулювання продажів. В першу чергу треба вжити заходів, спрямованих на забезпечення зростання обсягів продажів, своїм покупцям. Для цього необхідно стимулювати сферу торгівлі і покупців.

Розглянемо основні показники економічної ефективності комерційної діяльності (таблиця 2.5).

З даних таблиці 2.10 видно, що рентабельність товарообігу збільшується в 2019р. в порівнянні з 2018 р. на 183% за рахунок збільшення прибутку і товарообігу.

Рентабельність власного капіталу також збільшилися в 2019 р. в порівнянні з 2018 р. на 118,13 % за рахунок зростання інфляції та конкуренції, що свідчить про підвищення ефективності комерційної діяльності ТОВ «Агарт».

Таблиця 2.5 – Показники економічної ефективності комерційної діяльності підприємства ТОВ «Агарт»

Показники	Роки			Відхилення		Темп зміни в %	
	2017	2018	2019	2018р. від 2017 р.	2019 р. від 2018 р.	2018р. до 2017р.	2019 р. до 2018 р.
Рентабельність товарообігу,%	8,96	- 9,41	12,24	- 18,36	21,65	- 105,02	283
Число оборотів капіталу, тис. грн.	3,93	3,14	4,94	- 0,78	1,79	80,07	157,02
Рентабельність власного капіталу,%	30,39	- 37,08	81,05	- 67,47	118,13	- 122,04	- 218,54
Прибуток на 1 м ² загальної складської площі, тис. грн.	3,91	- 2,96	12,00	- 6,87	14,96	- 75,56	- 405,88
Рентабельність матеріальних оборотних коштів,%	59,75	- 56,53	84,03	- 116,28	140,56	- 94,62	- 148,64
Рентабельність капіталу,%	27,54	- 31,56	47,54	- 59,10	79,09	- 114,59	- 150,64
Рентабельність поточних витрат,%	10,00	- 8,77	14,14	- 18,77	22,91	- 87,69	- 161,29

За результатами аналізу показників економічної ефективності комерційної діяльності можна зробити висновок, що в цілому комерційна діяльність ТОВ «Агарт» підвищує свою ефективність та приносить прибуток. Проте, на наш погляд, потребує суттєвих змін показник рентабельності роботи підприємства шляхом вдосконалення асортименту, організаційної структури підприємства, реалізації активних заходів щодо просування товарів на ринку, а також по розширенню обсягів продажів за рахунок залучення нових клієнтів.

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГАРТ»

3.1 Рекомендації по вдосконаленню торгово-технологічного процесу

Аналіз діяльності ТОВ «Агарт» показав, що підприємство має нестабільний товарообіг протягом року з наступних причин. По-перше, продаж електротоварів оптовим покупцям здійснюється без постійно діючих договорів. По-друге, пік продажів доводиться на середину літа (липень) - початок осені (вересень-жовтень), коли спостерігається активне будівництво, в зв'язку з чим обсяги продажів ТОВ «Агарт» залежать від діяльності будівельних організацій.

Результати проведеного раніше аналізу свідчать, що ТОВ «Агарт» має в своєму розпорядженні достатні економічні можливості для розширення своєї діяльності. У ринкових умовах господарювання необхідно освоювати нові ринки збуту.

На перспективу для ТОВ «Агарт» доцільним є відкриття торгового залу з метою здійснення роздрібного продажу електротоварів і залучення потенційних клієнтів - фізичних осіб.

Відкриття торгового залу можна здійснити за рахунок додаткової оренди приміщень в районі міста, які користуються підвищеним попитом на електротовари, наприклад, в місцях знаходження будівельних компаній або компаній, які торгують будівельними матеріалами. Це дозволить значно розширити асортимент пропонованих населенню товарів, що відіб'ється в зростанні виручки від реалізації товарів.

Необхідно також підвищувати культуру торгового сервісу. У сучасних ринкових умовах підвищення ефективності послуг наявність в торговому залі грамотного продавця-консультанта (якщо мова йде про таку послугу, як консультація споживачів), розширення переліку супутніх платних і безкоштовних послуг (установка купленого товару).

Реалізація перелічених напрямів сприятиме зростанню прибутковості і

рентабельності ТОВ «Агарт».

З метою економії на транспортних витратах рекомендуємо додатково орендувати в 2020 році 20 м² торгової площі для відкриття торгового залу поруч зі складом.

Планова потреба в робітниках на підприємстві планується виходячи з розширення торгової площі та послуг. Для того щоб покрити всі супутні витрати необхідно розширити асортимент, що призведе до збільшення товарообігу.

Формування товарообігу залежить від безлічі різних факторів. У середньостроковій перспективі планується збільшити обсяг продажів на 75 - 80 тис. грн. в місяць при щомісячній плановій торгівлі націнку 10%. Таким чином, за рік прогнозується збільшення товарообігу приблизно на 900 - 960 тис. грн. Плановий обсяг товарообігу в 2020 році ТОВ «Агарт» складе (табл.3.1) таблиця Таблиця 3.1 – Плановане збільшення обсягу продажів ТОВ «Агарт» у 2020 році

Найменування товару	Кількість товару, шт.	Середня ціна, тис. грн.
Лічильники	111	6,86
Шафи	2	69,6
Щити	44	1,16
Плановий обсяг товарообігу, тис. грн.	951,7	

В результаті відкриття торгового залу планова потреба в продавцях складе 2 чол. З огляду на це, розрахуємо плановані витрати на оплату праці:

- директор - 1 чол., місячний оклад - 25 тис. грн.
- менеджер - 1 чол., місячний оклад - 15 тис. грн.
- головний бухгалтер - 1 чол., місячний оклад - 20 тис. грн.
- бухгалтер - 1 чол., місячний оклад - 15 тис. грн.
- продавці - 2 чол., місячний оклад 13 тис. грн., разом - 26 тис. грн.
- комірник - 1 чол., місячний оклад 11 тис. грн.
- інженер-електромонтер - 1 чол., місячний оклад - 12 тис. грн.
- маркетолог - 1 чол., місячний оклад - 20 тис. грн.

Разом місячний заробітний фонд ТОВ «Агарт» становить 144 тис. грн.,

річний фонд оплати праці підприємства - 1728 тис. грн.

Плановані витрати обігу за основними статтями ТОВ «Агарт» у 2020р. відображені у таблиці 3.2

Таблиця 3.2 – Плановані витрати обігу за основними статтями ТОВ «Агарт» у 2020р.

Найменування статті витрат	Сума, тис. грн.
Транспортні витрати	43,2
Витрати на оплату праці	1728
Відрахування на соціальні потреби	518,4
Витрати на оренду та утримання приміщень	177,8
Витрати на рекламу	99,12
Втрати товарів і технологічні витрати	5,46
Інші витрати	36,5
Разом	2608,48

У ТОВ «Агарт» на майбутню перспективу намітилися такі напрями вдосконалення комерційної діяльності: розширення торгового бізнесу за рахунок збільшення асортименту пропонованої продукції, що спричинить приріст товарообігу в розмірі 951,7 тис. грн.

Загальний економічний ефект від впровадження у виробництво розроблених організаційно-технічних заходів сприятиме зростанню прибутку і рентабельності, таблиця 3.3.

Таблиця 3.3 – Основні техніко-економічні показники до та після впровадження заходів щодо вдосконалення діяльності ТОВ «Агарт»

Показники	До впровадження заходів	Після впровадження заходів	Відхилення, +, -
Товарообіг, тис. грн.	4508,8	5460,5	+ 951,7
Витрати обігу, тис. грн.	3903	4632,05	+ 729,05
Валовий прибуток, тис. грн.	605	828,45	+ 223,45
Рентабельність діяльності підприємства за валовим прибутком, %	15,5	17,89	+ 2,39

Виходячи з усіх проведених розрахунків можна зробити висновок, що за рахунок впровадження у виробництво розроблених організаційно-технічних заходів щодо вдосконалення комерційної діяльності ТОВ «Агарт» виручка від реалізації продукції збільшиться на 951,7 тис. грн., витрати обігу збільшаться - на 729,05 тис. грн. В результаті цього прибуток по підприємству зросте на 223,45 тис. грн., а рівень рентабельності підвищиться з 15,5 до 17,89 %, або на 2,39.

Отже, розроблені організаційно-технічні заходи варто визнати економічно обґрунтованими і рекомендувати до впровадження в торгово-технологічний процес ТОВ «Агарт».

3.2 Рекомендації щодо впровадження проекту власного інтернет-магазину

Для будь-якого підприємства, яке займається оптовою чи роздрібною торгівлею важливо забезпечити обізнаність потенційних клієнтів. Потрібно прагнути, щоб певний відсоток цільової групи чув про існування організації, її товари та послуги, а також їх корисності. Знання про фірму, товар купується клієнтом в результаті цілеспрямованого інформування про специфіку діяльності підприємства та його можливості. На сьогодні існує багато каналів, що дають уявлення про підприємство [20,с.28]. У зв'язку з високою конкуренцією, кожна комерційна фірма, намагається заявити про себе в найсильнішому сучасному інформаційному просторі Інтернет. ТОВ «Агарт» на сьогоднішній день не має власного інтернет-сайту та не веде діяльність в області електронного забезпечення продажів, тому слід рекомендувати підприємству розробити проект власного інтернет-сайту та організувати діяльність по електронному продажу товарів. Кінцевою метою проекту повинна стати діюча й ефективна комплексна система Інтернет - просування, що включає в себе багатофункціональний сайт, Інтернет-рекламу, діяльність в рамках інформаційних і торгових бізнес-порталів.

Розробка та впровадження інтернет-магазину ТОВ «Агарт» буде

проходити в кілька етапів:

- передпроектний аудит. На першому етапі компанія-розробник, спільно із замовником, визначає цілі та завдання проекту, проводить маркетингове дослідження. Виходячи з результатів дослідження, визначаються функціональні можливості майбутнього інтернет-магазину, вимоги до дизайну, методи подальшого просування на ринку;

- вибір рішення. На даному етапі узгоджується із замовником оптимальне програмне рішення, яке дозволить успішно задовольнити всі поставлені перед інтернет-магазином потреби;

- розробка технічного завдання. Від якості виконання технічного завдання буде залежати подальший результат всієї подальшої роботи;

- розробка дизайну. В результаті реалізації даного етапу формуються зовнішній вигляд, кольорова гамма, навігація та основні функціональні блоки сайту. Необхідною умовою при розробці дизайну інтернет-сайту є відповідність загальному фірмовому стилю підприємства;

- верстка. Саме від неї залежить, як буде виглядати інтернет-магазин, наскільки коректно буде відображатися браузером сайт, а так само буде сайт доступний абсолютно всім користувачам мережі Інтернет;

- тестування проекту. Після виконання всіх заявлених робіт з проектування та розробки сайту проводиться його остаточне тестування працездатності на раніше сформованій товарній базі. Всі виявлені в ході тестування помилки і недоліки негайно усуваються в рамках технічного завдання;

- здача проекту. Включає в себе демонстрацію замовнику всіх можливостей, раніше описаних в технічному завданні проекту [21,с.17].

Далі розглянемо структурну схему проектованого інтернет-магазину.

За допомогою браузера покупець заходить на web-сайт інтернет-магазину. Сайт містить електронну вітрину, на якій представлений каталог реалізованих електротоварів і необхідні елементи інтерфейсу для введення реєстраційної інформації, формування замовлення, оформлення доставки, проведення

платежів, а також отримання необхідної інформації про компанії-продавця.

Реєстрація покупця здійснюється при оформленні замовлення, або при вході в магазин. Після вибору товару йому необхідно заповнити форму, в якій вказується, яким чином буде здійснено оплату та доставку. По завершенні формування замовлення вся зібрана інформація про покупця з електронної вітрини надходить в торговельну систему інтернет-магазину, де здійснюється перевірка наявності товару на складі, ініціюється запит до платіжної системи. При відсутності товару на складі в момент перевірки, система автоматично направляє запит постачальнику, а покупцю повідомляється про час очікування товару.

У разі якщо оплата здійснюється при передачі товару покупцеві, потрібне підтвердження факту замовлення. Найчастіше це відбувається за допомогою телефонних переговорів або електронної пошти.

Система електронної торгівлі поділяється на три основних елементи:

- інтернет-магазин з електронною вітриною і торговою системою;
- система оплати необхідного товару;
- система доставки оплаченого товару.

ВИСНОВКИ

Отже, з проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Комерційна діяльність торгової організації передбачає виконання комплексу торгово-організаційних операцій, а також управління даними операціями. Комерційна діяльність на ринку товарів і послуг являє собою сукупність організаційно-господарських операцій, які обслуговують обмін, вчинення актів купівлі-продажу з метою отримання прибутку. При цьому суб'єктами комерційних операцій виступають торгові організації і підприємства, наділені правом їх здійснення.

2. Розглянуті етапи комерційної діяльності в сфері торгівлі та комерційного посередництва. Управління комерційною діяльністю торгового підприємства багато в чому залежить від результатів її роботи, а саме від ефективності діяльності підприємства. Розробка тих чи інших заходів щодо підвищення ефективності комерційної діяльності визначається конкретними умовами (внутрішніми і зовнішніми), в яких діє організація торгівлі.

3. Об'єктом дослідження роботи є Товариство з обмеженою відповідальністю «Агарт». Основним видом діяльності ТОВ «Агарт» на даний момент є оптова торгівля виробничим електричним і електронним обладнанням та електротоварами.

4. Проаналізована робота з постачальниками, покупцями, досліджене конкурентне середовище підприємницької структури, а також переглянуто, як товар проходить шлях з моменту прийняття його на підприємство до реалізації його покупцям, тобто досліджений торгово-технологічний процес.

5. Проаналізовані показники економічної ефективності комерційної діяльності, встановлено, що в цілому комерційна діяльність ТОВ «Агарт» підвищує свою ефективність та приносить прибуток. Проте, на наш погляд, потребує суттєвих змін показник рентабельності роботи підприємства шляхом вдосконалення асортименту, організаційної структури підприємства, реалізації

активних заходів щодо просування товарів на ринку, а також по розширенню обсягів продажів за рахунок залучення нових клієнтів.

6. Запропоновані шляхи удосконалення комерційної діяльності підприємницької структури ТОВ «Агарт» серед яких: вдосконалення управління персоналом - прийняття на посаду спеціаліста з маркетингу; збільшення обсягу продажів; розширення торгівельних площ; створення інтернет-магазину. Зазначено, що реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності кожного з напрямків комерційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазаракі А. А. Торговельне підприємництво: стратегія, політика, конкурентоспроможність. К. : КНТЕУ, 2002. 126 с.
2. Марченко И. С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций. *Вестник МГТУ*. 2010. № 1, т. 13. С. 27–30.
3. Бусыгин А. В. Важнейший источник экономического анализа. *Деловой вестник «Российской кооперации»*. 2001. № 5. С. 15–20.
4. Апопій В. В. Комерційна діяльність: підруч. / за ред. проф. В. В. Апопія. К. : Знання, 2008. 558 с.
5. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2002. 239 с.
6. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: навч. посібник. К.: МАУП, 2003. 296 с.
7. Криковцева Н.О., Казакова О.Б., Саркісян Л.Г., Авдеєнко Л.Л., Дяченко Г.А., Курська Л.С., Сахарова О.Н. Комерційна діяльність. К.: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
8. Кісельов А. П. Основи бізнесу. К.: Вища шк., 1997. 191 с.
9. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. 4-е. вид., доп. К.: Лібра, 2006. 720 с.
10. Болтянська Л.О., Андреева Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства. Херсон : ОЛДПІЛЮС, 2015. 668 с.
11. Багрова І. В., Редіна Н. І., Власюк В. Є., Гетьман О. О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів. К.: Центр навч. літ-ри, 2004. 580 с.
12. Гойт І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 368 с.
13. Гусаковська Т.О., Клочко Ю.О., Сікетіна Н.Г. Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства. Ч. 2. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2015. № 1 (69). С. 106–111.

14. Митрохіна Ю. П. Ключові фактори успіху підприємства у сфері збуту. *Наука й економіка*. 2009. № 4(16), Т.1. С. 217– 221.
15. Масленников О.Ю., Кручковський Б.А. Проблеми і перспективи розвитку роздрібної торгівлі в Україні в умовах ринкових перетворень. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20 (2).С. 220–225.
16. Силкіна Ю.О. Проблеми та перспективи розвитку ринку роздрібних торговельних мереж в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. С. 152–157. URL: http://oda.zt.gov.ua/images/golovna/strategia_rozvtuky/strategia_2020.pdf (дата звернення: 15.04.2020).
17. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. К. : ЦНЛ, 2004. 807 с.
18. Тимчина А.І. Сутність і роль комерційної функції підприємств у ринковому середовищі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20 (15).С. 297–303.
19. Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Агарт». URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/34183186/ (дата звернення: 30.04.2020).
20. Богославець Г.М., Трубей О.М. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 5. Ч. 2 С. 28–32.
21. Голошубова Н. О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні. *Товари і ринки*. 2013. № 1.С. 16–28.