

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/89336>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Экономика

Содержание

Введение 3

1. Теоретические аспекты формирования показателей деятельности торгового предприятия и их анализа 5

1.1. Понятие и значение торговли в условиях современной экономики 5

1.2. Основные показатели деятельности торговых предприятий 11

1.3. Цель и задачи анализа показателей деятельности торгового предприятия 16

2. Анализ показателей деятельности ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» 24

2.1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия 24

2.2. Анализ товарооборота предприятия 28

2.3. Анализ издержек и прибыли торгового предприятия 38

3. Рекомендации по улучшению показателей деятельности ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» 47

3.1. Мероприятия по улучшению показателей деятельности предприятия 47

3.2. Оценка эффективности предложенных рекомендаций 57

Заключение 64

Список литературы 68

Приложения 72

В 2018 году уровень рентабельности затрат стал выше на 24,41% и составил 31,9%. Это произошло по причине большего прироста суммы прибыли в сравнении с увеличением суммы полной себестоимости. В 2018 году рентабельность затрат показывает, что на каждые 100 рублей себестоимости приходится 31,9 руб. прибыли.

Уровень рентабельности собственного капитала в 2018 году стал меньше на 108,19%, составив 89,11%. В связи с этим, по причине меньшего прироста суммы прибыли в сравнении с ростом стоимости собственного капитала каждые 100 руб. собственных средств стали приносить меньше суммы прибыли.

Увеличение уровня рентабельности совокупных активов в 2018 году было равно 42,25%, это было по причине того, что все вложенные в совокупные активы средства приносили большую сумму прибыли с каждых 100 руб., это показывает эффективность их использования.

Таким образом, как можно сделать вывод, в ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» за три года суммы прибыли и рентабельности повышаются, в сравнении с 2017 годом видно увеличение прибыли от продаж и чистой прибыли по причине достаточного прироста объема оборота. Таким образом, прирост товарооборота является основным направлением повышения прибыли и рентабельности.

3. Рекомендации по улучшению показателей деятельности ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ»

3.1. Мероприятия по улучшению показателей деятельности предприятия

Проведенный анализ продемонстрировал качественное изменение показателей деятельности торгового предприятия ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ»:

- происходит прирост суммы товарооборота за счет качественных показателей: повышения количества продаваемых товаров, роста уровня производительности труда работника и пр.;

- сумма себестоимости продаж повышается меньшими темпами в сравнении с суммой товарооборота, что приводит к большему приросту суммы прибыли.

С целью выработки направлений дальнейшего развития торгового предприятия с целью улучшения показателей его деятельности проведем маркетинговое исследование его места на рынке.

Для проведения маркетингового исследования места компании на рынке и возможных направлений ее развития был проведен опрос потенциальных и реальных заказчиков в количестве 55 чел.

Был задан вопрос о том, что не нравится потребителям в существующих организациях по продаже мебели, результаты – на рисунке 3.1.

Как видно, основной причиной неудовлетворенности заказчиков существующими организациями по продаже текстильных и сопутствующих товаров является неполный ассортимент, также и товары не для всех категорий потребителей.

Назывались также и отсутствие работы под заказ, и неудобные месторасположение и график работы, а также уровень обслуживания, продаж.

Рисунок 3.1 – Причины неудовольствия покупателей существующими организациями по продаже текстильными и сопутствующими товарами

Как можно отметить – все данные причины называли большее количество опрошенных. В ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» предлагают набор товаров самых популярных их видов, очень быстрые сроки, удобный график работы, а также работу под заказ.

На рисунке 3.2 представлена примерная доля рынка существующих организаций по продаже текстильных и сопутствующих товаров в районе деятельности судя по тому, как часто потребители называли данную организацию.

Рисунок 3.2 – Доли рынка согласно опросу потребителей организаций по продаже текстильных и сопутствующих товаров

Как видно из представленных на рисунке 3.2 данных, только товары рассматриваемой организации ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» имеют долю рынка более 21%, остальные меньше.

Можно сказать, что рынок насыщен, однако результаты проведенного исследования позволяют отметить, что предоставляемое анализируемой компанией качественное обслуживание, широкий ассортимент позволяют говорить об устойчивых рыночных позициях.

Можно отметить такие существующие проблемы в деятельности торгового предприятия:

- отсутствие технологий для комфортной работы с заказчиками;
- недостаточное внимание менеджмента на конкурентов и целевую аудиторию.

На основе результатов проведенного исследования деятельности субъекта хозяйствования сформулированы цели улучшения показателей деятельности торгового предприятия:

- занятие большей рыночной доли в дальнейшем;
- продажа товаров в нужном ассортименте и по доступным ценам;
- быть конкурентоспособными на существующем рынке сбыта;
- добиться еще более высоко качественного уровня обслуживания.

Можно предложить следующие мероприятия для формирования уникального торгового предложения с целью повышения эффективности бизнеса ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ»:

- повысить контроль за соблюдением стандартов обслуживания и продаж клиентам ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ». Для оперативного контроля соблюдения стандартов обслуживания предлагается постоянный мониторинг выполнения, а также проведение тренингов среди персонала организации ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ»;
- необходимым является повысить заинтересованность сотрудников ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» в повышении качества обслуживания и продажи, так как главным является заинтересованность самого персонала;
- для повышения обслуживания и продажи необходимо повысить эффективность системы стимулирования персонала, чтобы работники ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ» сами были заинтересованы в высоком уровне обслуживания и продаж, так как от него будет зависеть уровень заработной платы.
- активизировать продвижение. Суть заключается в использовании современных IT – технологий для продвижения компании.

Мероприятие 1: Развитие навыков качества обслуживания и продажи товаров и тайм-менеджмента у персонала ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ».

Для развития навыков обслуживания и навыков рационального распределения времени для повышения скорости обслуживания персоналом заказчиков, обратившихся в компанию, предлагается реализовать в HR – сфере возможности проведения обучения персонала ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ». Для этого рекомендуется ввести в организационную структуру должность сотрудника по развитию персонала (на 0,5 ставки).

Преимущества организации обучения персонала ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ»:

- потребности как компании, так и персонала будут целенаправленно удовлетворяться;
- невысокая стоимость реализации данного мероприятия по сравнению с внешним обучением персонала;
- персонал компании получит необходимые практические навыки для увеличения качества обслуживания и продажи товаров;
- постоянное актуальное изменения политики в области качества продажи товаров и обслуживания с учетом современных тенденций;
- организация постоянного мониторинга качества продажи товаров и обслуживания в компании.

Введенный в штат новый сотрудник будет реализовать такие виды обучающих технологий.

Повышение компетенции персонала компании приведет к повышению уровня обслуживания и продажи товаров ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ».

Вместе с тем новый сотрудник сможет проводить мониторинг уровня качества продажи товаров и сервисного обслуживания в компании.

В таблице 3.1 представлены формы организации обучения, которые рекомендованы для компании.

Мероприятие 2: Изменение системы мотивации персонала ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ».

В современных условиях конкуренции возрастают требования к персоналу ООО «ТМ ТЕКСТИЛЬ», особенно к тем, которые имеют непосредственный контакт с потребителем.

#### Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994 [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения 03.03.2020).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая по состоянию на 27 декабря 2019 г. – М.: Проспект, 2019. – 1168с.
3. 25 положений по бухгалтерскому учету (по состоянию на 2019 год). – М.: ЭКСМО, 2019. – 208с.
4. Агуралиева Д.М., Малимова Ф.Н. Теоретические основы прибыли предприятия // Экономика и социум. – 2017. – №4. – С.67-70.
5. Алексина С.Б., Иванов Г.Г., Крышталев В.К., Панкина Т.В. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник. – Москва: Форум, 2017. – 304 с.
6. Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2016. – 272с.
7. Белозерцева Н.П., Волкова А.А. Организация и проектирование предприятия розничной торговли // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №5. – С.925-929.
8. Белоногова К.П., Клейман А.В. Анализ издержек обращения оптовой организации: сущность и значение // Перспективы развития науки в современном мире: Сборник статей по материалам XV международной научно-практической конференции. – Уфа: Дендра, 2019. – С.113-120.
9. Бершакова Ж.Г. Современные аспекты анализа товарооборота и обеспечения повышения его эффективности // Экономика и социум. – 2019. – №2. – С.72-77.
10. Блохин Н.Е. Экономическая сущность товаров и особенности торговой деятельности // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №4. – С.662-665.
11. Богомолов А.С., Гавриченко Е.В. Роль товарооборота в деятельности торговых предприятий // Экономика и сервис: от теории к практике: Материалы V Междун. науч.-практ. конференции. – Владимир: ВГУ им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, 2017. – С.11-18.
12. Брагин Л.А., Панкина Т.В., Никишин А.Ф. Конкурентоспособность организаций малого бизнеса в сфере торговли // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – №11. – С.3493-3502.
13. Валитов Э.А., Яруллин Р.Р. Доходы и расходы организации: анализ и оптимизация на примере ООО «Регион 2» // Инновационная наука. – 2017. – Т. 1. – №3. – С.143-145.
14. Ваулина А.А. Теоретико-методические подходы к развитию товарооборота торговых предприятий // Дружба народов без границ: экономика, общество, культура: Сборник материалов XII Междун. науч.-практ. конференции молодых ученых, аспирантов, студентов, школьников. – Ставрополь: РИО ИДНК, 2018. – С.18-21.
15. Григорян, Р.А. Товарооборот розничного торгового предприятия / Р.А. Григорян // Наука и образование сегодня. – 2016. – №6. – С.29-32.
16. Дорман В.Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат: Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2017. – 108с.

17. Ермакова К.Л., Штоколова К.В., Тусаева А.Р. Анализ управления издержками на предприятии // Современные научные исследования и инновации. – 2018. – №1. – С.58-61.
18. Иванов Г.Г., Зверева А.О. Развитие торговых организация в современной экономике: Монография. – М.: Дашков и К, 2018. – 160с.
19. Иванова О.В. Проблемы современной розничной торговли // Евразийское научное объединение. – 2018. – №1-2. – С.134-137.
20. Ишкулова Г.Р., Мурзагалина Г.М. Рекомендации по эффективному управлению затратами // Экономика и социум. – 2018. – №1. – С.1147-1150.
21. Какалыева Г.Д. Анализ товарооборота и его влияние на маркетинговую деятельность предприятия // Эффективность сферы товарного обращения и труда: Сборник научных статей III Писаренковских чтений. – Гомель: БТЭУПК, 2017. – С.64-66.
22. Каманина Р.В. Диагностика потенциала торгового предприятия // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – №4. – С.143-148.
23. Кисова А.Е. Основные этапы проведения экономического анализа текущих затрат предприятия // Центральный научный вестник. – 2018. – Т. 3. – №12. – С.61-62.
24. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 3-е изд. М.: Проспект, 2017. – 1104с.
25. Костикова А.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организаций, связанных с оптовой торговлей // Роль и место информационных технологий в современной науке: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2018. – С.81-87.
26. Курманова А.Х., Бакиева Э.Э. Анализ динамики товарооборота торгового предприятия // World Science: problems and innovations: Сборник статей XXXI Междун. науч.-практ. конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2019. – С.171-175.
27. Миргалимова З.Н. Отличия оптовой и розничной торговли // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – №48-4. – С.41-43.
28. Молдован А.А., Артемьева А.С., Бузина А.Е. Розничная торговля как вид предпринимательской деятельности // Аллея науки. – 2018. – Т. 6. – №11. – С.377-383.
29. Оборин М.С. Взаимосвязь услуг оптовой и розничной торговли как основа конкурентоспособности регионального сетевого рынка // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2019. – Т. 25. – №8. – С.109-118.
30. Поздняков В.Я. Экономика предприятия (организации): Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2018. – 777с.
31. Сергазиева К.К. Роль анализа товарооборота в деятельности торгового предприятия // Инновации, логистика, менеджмент в современной бизнес-среде. – Саратов: Амирит, 2018. – С.108-111.
32. Торговое дело. Коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т. 1.: Монография / под ред. Валигурского Д. – М.: Дашков и К, 2019. – 410с.
33. Учаева Т.В. Прогнозирование объема продаж продукции торгового предприятия // Образование и наука в современном мире. Инновации. – 2018. – №1. – С.138-151.
34. Фишбейн К.Я., Грачева Н.А. Анализ товарооборота предприятий оптовой торговли (на примере ООО «Фирма Расма») // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №5. – С.160-166.,
35. Фридман А.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – М.: Инфра-М, 2019. – 264с.
36. Чечевицына Л.Н., Чечевицын К.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 368с.
37. Шайхиева Л.Р. Актуальность бухгалтерского учета и анализа доходов организации // Вопросы экономики и управления. – 2017. – №1. – С.45-48.
38. Шишова Л.И., Хабибуллина Л.Р. Общая характеристика и значение товарооборота экономического субъекта // E-Scio. – 2019. – №2. – С.78-83.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/89336>