Отчет

о прохождении преддипломной практики

Организация коммерческой деятельности

# ВВЕДЕНИЕ

оптовый торговля коммерческий

Двадцать первый век стал временем подлинного расцвета предпринимательства. Развитие рыночных отношений связано с движением товаров от производителей до конечных потребителей, обусловленными объективным и непрерывным процессом общественного разделения труда. Сфера товарного обращения в условиях развитого рынка не только охватывает торговлю, но и распространяется на все общественное производство.

В то время как одни пытаются зарабатывать на розничной продаже, другие, решая пойти другим путем, вкладывают силы и средства в открытие оптовых точек торговли. Предприятия оптовой торговли специализируются на коммерческом посредничестве в установлении хозяйственных связей между предприятиями-производителями товаров и предприятиями розничной торговли. По своей сути предприятия оптовой торговли являются хранителями массы товарных запасов, которые находятся в постоянном движении. Опыт показывает, что прибыль от оптовой торговли в разы превышает доходы, полученные от розничной продажи вещей. Стоимость каждой отдельной единицы товара при розничной торговле, как правило, включает огромную наценку, что отсутствует при продаже одежды оптовыми партиями. Оптовики всегда могут похвастаться самыми последними новинками западных брендов, в то время как продукция их конкурентов уже теряет свою актуальность.

Обилие преимуществ делает оптовую торговлю все более привлекательной в глазах начинающих предпринимателей. А значит, количество подобных точек продаж со временем будет только расти.

Целью прохождения производственной (преддипломной) практики является анализ организации коммерческой деятельности на предприятии ООО «Комаров и К», также сбор теоретических и аналитических данных по организации коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли в целом.

Задачами прохождения практики являются:

* исследование оптового торгового предприятия: структура, Устав, штатное расписание, персонал, ассортимент и т.д.;
* анализ и оценка коммерческой деятельности оптового торгового предприятия;
* выявление проблем оптовой торговли как в целом по России, так и по г.Великие Луки в частности.

Объектом исследования является оптовое торговое предприятие ООО «Комаров и К», занимающееся оптовой продажей продуктов питания, расположенное по адресу РФ, Псковская обл., г. Великие Луки, ул.Малышева, д.42.

Предмет исследования - организация коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

В процессе написании отчета были использованы такие методы исследования, как наблюдение, сравнение, аналитический, монографический, статистический.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Место и роль оптовых торговых организаций в рыночной экономики РФ

Переход России к рыночной экономике вызывает необходимость кардинальный изменений в деятельности всех отраслей народного хозяйства страны. Особую значимость приобретает формирование адекватной рыночной модели хозяйственного механизма сферы обращения и услуг, поскольку именно торговля, являясь конечным звеном экономической активности субъектов рынка, обеспечивает эффективное удовлетворение запросов и нужд потребителей. Решение этой ответственной задачи требует от торговли не только усилий, связанной с реализацией производственной стоимости, но и выполнение сложнейшего комплекса мероприятий, обеспечивающих продвижение товаров от производителей к потребителям.

Торговля получила в последние годы новые импульсы развития, существенно расширив «поле и правила игры» в экономике переходного периода. Среди основных направлений коммерческо-посреднической деятельности на первый план выступает работа по проведению оптовой торговли. Эта работа - основная форма выражения сущности коммерческо-посреднической деятельности, способствующая активному регулированию процессов перемещения и накопления продукции в пространстве и во времени. Оптовая торговля, являясь важнейшим звеном свободного взаимодействия между участниками акта купли-продажи, реализует этот акт в крупных объемах и большими партиями товаров.

Понятие оптовой торговли и ее сущности на протяжении всего периода развития экономической теории является предметом влияния и изучения. Мнения по этому поводу у представителей науки и практиков не слишком расходятся, по крайней мере, по ключевым позициям. На современном этапе в российской экономике оптовая торговля имеет важное значение. Именно оптовая торговля является активным проводником товаров отечественного производства и достаточно большой массы товаров зарубежной продукции на внутренний рынок. Оптовая торговля заставляет наших производителей поднимать качество отечественных товаров для завоевания прочного места как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Число предприятий оптовой торговли растет с каждым годом и связано с расширяющимися потребностями потребителя в условиях постоянного обновления ассортимента товаров и услуг. Для изучения изменений инфраструктуры оптового рынка Госкомстат России по состоянию на 1.01.2012 года провел перепись организаций различных видов экономической деятельности. В ходе переписи было установлено количество юридических лиц, для которых оптовая торговля является основным видом деятельности. На долю организаций оптовой торговли в общем числе организаций различных видов экономической деятельности приходится 27%, (см. рисунок 1).

Рисунок 1 -Доля оборота оптовой торговли в 2011 году в РФ

Оптовая торговля охватывает практически все виды продукции производственно-технического назначения и индивидуального потребления, реализуемые через рынок, и находится в центре хозяйственных связей, осуществляемых оптово-посредническим звеном как с производством, так и с потребителями (см.рисунок 2).

Рисунок 2 - Общая структура оптовой торговли в России

Как видно из рисунка 2, оптовая торговля является важнейшим опосредованным звеном между сферами производства и потребления в процессе воспроизводства. На рисунке 3 представлена структура оборота оптовой торговли по видам деятельности организаций оптовой торговли, которая доказывает, что оптовые организации, не зависимо от их размера, осуществляют торговлю почти всеми видами товаров, находящихся на территории страны и за ее пределами.

Рисунок 3-Структура оборота оптовой торговли по видам деятельности на 2012 год

Исходя из полученных данных, наибольший интерес для оптовиков представляет реализация непродовольственных потребительских товаров, отходов и лома и д.р. видов товарно-материальных ценностей.

Надо отметить, что за последние годы произошли заметные изменения в структуре оптового рынка. Так, существенно снизилась и продолжает снижаться доля бывших государственных оптово-посреднических организаций; одновременно существенно возросла доля новых посреднических структур. Все более отчетливо проявляется тенденция внутренних фирм на сложные потребительские рынки, соседних регионов. В связи с этим представляет особый интерес сложившаяся динамика развития оптовой торговли в совершенных условиях и перспективы ее развития. Переход к рыночным отношениям в экономике России ставит по новому и расширяет возможности деятельности предприятия как основного звена.

Оптовая торговля является важным рычагом маневрирования материальными ресурсами, способствует сокращению излишних запасов продукции на всех уровнях и устранению товарного дефицита, принимает участие в формировании региональных и отраслевых товарных рынков. Через оптовую торговлю усиливается воздействие потребителей на производителей, в свою очередь производитель сам подбирает потребителей.

Оптовая торговля охватывает всю совокупность товарных ресурсов, являющихся как средствами производства, так и предметами потребления. При оптовой торговле товар закупается крупными партиями. Она не связана с реализацией продукции конкретным конечным потребителям, т. е. она позволяет изготовителям с помощью посредников сбывать товар с минимальными непосредственными контрактами с потребителями. На товарном рынке оптовая торговля представляет собой активную часть сферы обращения. Она влияет на систему экономических связей между регионами, отраслями, определяет пути перемещения товаров по стране, благодаря чему совершается территориальное разделение труда, достигается пропорциональность в развитии регионов.

Специфической чертой российской оптовой торговли является очень слабая её развитость в регионах. Более 37% оборота предприятий розничной торговли приходится на Москву, при том, что доля Москвы в розничной торговле только 23%. Это означает, что региональные рынки развиты пока довольно слабо (по сравнению с Москвой) и на них значительно большую долю занимают прямые связи продавцов с производителями продукции. Это приводит и к менее широкому ассортименту продукции в магазинах, и к перекосу в структуре издержек предприятий розницы на связи с производителями, с неминуемым отвлечением средств от расходов для улучшения качества обслуживания в магазинах и т.д.

Развитие оптовой торговли - это неминуемое следствие и, одновременно, один из главных показателей зрелости рынка. Усложнение торгового бизнеса, улучшение качества услуг приводит к необходимости сокращать все непрофильные виды деятельности. Соответствующие ниши переходят к посредникам. Постепенно и неминуемо прямые связи вытесняются развитием слоя посреднических предприятий оптовой торговлей, которые берут на себя роль связующего звена между производителем конечной продукции и розничным продавцом. Поэтому оптовая торговля развивается в неразрывной связи с розницей.

Оптовые предприятия вносят значительный вклад в распределение национального продукта. Они являются полноправными членами деловой общности в каждом регионе. Многие из них территориально располагаются близ главных магистралей страны, другие концентрируют свою деятельность вокруг морских портов и аэропортов. Рост оптовых предприятий в настоящий момент объясняется наличием у данного вида торговли конкурентных преимуществ по отношению к розничной торговли (рис.4). К таким преимуществам можно отнести: низкие цены, низкая оптовая наценка, возможность приобретения больших партий товара, хранение товара на складах и т.д. Все это позволяет оптовым продавцам удержаться на плаву и успешно вести свой бизнес в условиях рыночной конкуренции.

Рисунок 4-Конкурентные преимущества оптовых предприятий в условиях рыночной экономики

Но современное состояние развития оптовой торговли нуждается в решении такой проблемы, как формирование элементов рыночной инфраструктуры. В настоящих условиях хозяйствования катастрофически не хватает складских и торговых площадей. Это связано с тем, что старые площади сконцентрированы в руках немногих бывших крупных государственных организаций, а они в свою очередь диктуют недоступные для торговцев высокие цены за аренду этих помещений. Структура транспорта устарела как морально, так и физически, а на приобретение новейших видов мобильного транспорта не хватает денежных средств.

Для повышения научно-технического уровня материальной базы своевременной оптовой торговли необходимо государственное регулирование этих вопросов со стороны Российского Правительства и государственных органов управления субъектов Федерации. Это, прежде всего льготное налогообложение на инвестиции, направленные на формирование элементов рыночной инфраструктуры и целевые капиталовложения в развитие материально-технической базы торговли.

Появление крупных торговых сетей создает потребность в столь же крупных оптовых поставщиках продукции. Особенно это важно для крупных неспециализированных магазинов, которые физически не могут устанавливать прямые связи со всей той массой предприятий-производителей, продукция которых составляет товарный ассортимент таких магазинов. Оптовые компании обеспечивают сосредоточение широкого ассортимента различных видов и марок продукции в одной точке, что позволяет ритейлу экономить на затратах по поиску и доставке товаров для реализации, не входя в прямой контакт с огромной массой производителей различных видов продукции и конкурирующих брендов. Таким образом, оптовая торговля является мощным средством экономии затрат для предприятий розницы, сокращения их транспортные издержки.

Система оптовой торговли решила важнейший для нашего общества вопрос - занятость и трудоустройство населения, оказавшегося в связи с поступательным ходом экономических реформ в большинстве своем без работы и средств к существованию.

Особенности организации коммерческой деятельности в оптовой торговле

Оптовая торговля охватывает широкое рыночное пространство и является проводником в реализации больших партий и объемов товаров. Оптовые торговые предприятия устанавливают хозяйственные связи, как с производителями, так и с потребителями. Цель оптовой торговой деятельности- удовлетворение спроса на товары и удобное для потребителя время и необходимом количестве. От того как будет развиваться оптовая торговля, в значительной мере зависит целевое производство товаров, их обновление и качество.

В современных условиях задачами оптовой торговли являются:

сбор и создание банка данных конъюнктурного исследования с текущими и перспективными прогнозами состояния спроса и предложения на продукцию;

размещение производства товаров в четком соответствии с действительными запросами потребителей по ассортименту, количеству и качеству;

своевременное, ритмичное и качественное обеспечение потребителей в соответствии с полученными заказами, договорами и контрактами;

формирование товарных запасов и организация складского хранения в целях оперативного маневрирования или в случае покрытия текущей и непредвиденной потребности заказчиков;

внедрение прогрессивных форм и методов оптовой торговли с использованием высокомеханизированных погрузочно-разгрузочных средств мобильного транспорта, высокоэффективных видов многооборотной тары.

Оптовые предприятия, преобразуя производственный ассортимент продукции в торговый, определяя структуру и направление товарных потоков и выступая в качестве посредника между производителями и розничным торговым звеном, способствуют гармонизации потребительского рынка. Товарные потоки и каналы распределения зависят не только от назначения продукции и категории потребителей, но и от требований времени. Следовательно, исходными в деятельности предприятий оптовой торговли должны стать изменяющееся рыночное пространство и спрос. Рыночный спрос образует, с одной стороны, поток информации от потребителя через торговлю к потребителю(рис.5)

-Товарный поток, отражающий спрос по видам продукции, количеству, ценам, времени

- Информационный поток о потребностях рынка в товарах

Рисунок 5 -Оптовая торговля во взаимодействии с производством и потреблением товаров

В этом процессе должна быть достигнута согласованность обоих потоков и решающая роль принадлежит оптовой торговле. В данной ситуации она призвана выполнять роль регулятора рыночного спроса и адаптироваться к требованиям потребителя, что обеспечивает устойчивость наполнения рынка товарами и доведения их до потребителя.

Для оптовых предприятий характерными формами торговли являются транзитная и складская. Транзитная форма заключается в отгрузке или завозе товаров в розничную торговую сеть непосредственно с производственных предприятий, минуя торговые склады. Она применяется преимущественно по товарам простого ассортимента, которые не требуют подсортировки. В общем объеме оптового товарооборота значительный удельный вес приходится на долю складского товарооборота.

Складская форма товародвижения находит применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента. При этом товары в целях их подсортировки следуют через складские звенья (рис.6).

Рисунок 6 - Складская форма товародвижения

Как видно из рисунка, можно выделить однозвенную и многозвенную складские формы товародвижения в зависимости от количества складов, на которых побывал товар до попадания в розничную сеть. Различают однозвенную, двухзвенную и более складские формы товародвижения. Для определения складской звенности используют коэффициент, который рассчитывается путем отношения оптово-складского товарооборота к розничному обороту. Необходимость разделения крупных партий товаров, поступающих от промышленности, проведения подсортировки товаров сложного ассортимента, создание в оптовом звене устойчивых переходящих запасов, гарантирующих регулярность и бесперебойность снабжения розничной сети, - все это вызывает потребность в промежуточных складских звеньях, возникающих на пути движения товара.

Организация коммерческой деятельности на оптовом предприятии зависит, прежде всего, от вида оптовой торговли. Мировая практика выделила следующие виды оптовой торговли.

Рисунок 7- Виды оптовой торговли

Торговля через оптовую закупочную сеть включает в себя биржи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки. Осуществляет закупку урожая сельскохозяйственных культур, сырьевых материалов и других подлежащих складированию товаров, таких как зерно, хлопок, шерсть, металлы, металлолом. Необходимо постоянное наблюдение за изменением конъюнктуры рынка (биржи, выставки, аукционы) для снижения риска, связанного с колебаниями цен;

Торговля по прямым производственным связям. Она обычно соединяет две последовательные стадии производственного процесса, особое значение имеет в торговле черными металлами и сталью;

Оптовая торговля сырьем и материалами. Данный вид оптовой торговли в свою очередь включает в себя:

оптовую торговлю с централизованной доставкой товаров. Оптовый торговец осуществляет снабжение товарами розничных торговцев и также предоставляет им обширный сервис;

оптовую торговлю с получением товаров у поставщика. Клиент оптового торговца, розничный торговец или крупный потребитель самостоятельно забирают товар;

Оптовая торговля «Саsh-аnd-Саггу» с оплатой наличными до приемки и транспортировки товара покупателем (оптовая торговля по методу самообслуживания). Данный вид оптовых продаж осуществляется постоянным потребителям (розничным торговцам, владельцам ресторанов и столовых), которые комплектуют свои заказы на складе по методу самообслуживания. Оплата товара осуществляется за наличные (саsh), клиент осуществляет погрузку и вывоз товара (саггу) самостоятельно (самовывозом). Например, розничный торговец может ежедневно самостоятельно приобретать необходимое дневное количество овощей и фруктов на центральном рынке, аналогичную операцию проделывают рестораны, закупая на рынках партии овощей, рыбы, мяса и пр.;

Оптовая торговля со стеллажей (Rасk Jоbbег). Крупные предприятия розничной торговли предоставляют оптовому торговцу торговые залы со стеллажами или площади на стеллажах. Торговец за свой счет осуществляет текущее наполнение стеллажей, как правило, несложными товарами и забирает обратно непроданные товары. Этим он снимает нагрузку с розничного торговца и дополняет его ассортимент.

По ассортименту различают следующие виды оптовой торговли:

Оптовая торговля товарами широкого ассортимента. В широком и неуглубленном ассортименте различных товарных групп потребитель находит предложение, отвечающее его спросу, например, оптовая торговля продовольственными товарами.

Для продажи товаров сложного ассортимента, а также новых товаров оптовой базы организуют их реализацию через залы образцов. Здесь покупателям предоставляется возможность ознакомиться с реализуемыми товарами, оформляется соответствующая документация на продажу. В зале выделены рабочие места для товароведов-реализаторов с необходимым технологическим оборудованием.

Специализированная оптовая торговля. Оптовый торговец формирует небольшой, но углубленный ассортимент товаров различного качества одной товарной группы и тем самым предоставляет потребителю широкий выбор товаров.

В новых условиях хозяйствования оптовая торговля должна превратиться в координирующий центр, обеспечивающий сочетание интересов товаропроизводителей, розничной торговли и конечных потребителей. Правильно организованная коммерческая работа в оптовой торговле способствует удовлетворению запросов потребителей, росту товарооборота и прибыли. Для этого осуществляется ряд взаимосвязанных коммерческих функций:

∙ Анализ текущего состояния оптовых рынков и их запросов;

∙ Оценка конкурентной ситуации в сфере оптовой торговли;

∙ Установление надежных и долгосрочных партнерских отношений с товаропроизводителями;

∙ Создание резервных источников финансового обеспечения процесса товародвижения;

∙ Широкое использование коммерческих методов во взаимодействии оптового предприятия с товаропроизводителями и посредниками.

Работа по оптовым закупкам товаров должна включать в себя следующие операции:

Рисунок 8- Операции в процессе оптовой закупки товаров

Принятие коммерческих решений по оптовым закупкам товаров невозможно без изучения и прогнозирования покупательского спроса. При проведении закупочной работы оптовые покупатели должны исходить из возможности максимального использования товарных ресурсов региона, в котором они осуществляют свою деятельность. Для этого коммерческим службам необходимо владеть информацией о местных промышленных и сельскохозяйственных предприятиях (поставщиках-изготовителях) и производимых ими товарах (ассортименте, качестве, упаковке, ценах).

При выборе поставщиков-изготовителей важную роль играет не только то, какие товары они производят и продают в настоящее время, но и их возможности по усовершенствованию, а также выпуску новых товаров.

Предприятия оптовой торговли не только покупают товары, но и продают их оптовым и розничным покупателям, выполняя, таким образом, функции посредников.

Коммерческая работа по оптовой продаже товаров предполагает осуществление различных операций. На рисунке 9 представлены этапы формирования оптовой продажи товаров.

Рисунок 9-Процесс формирования объема и структуры реализации товаров в оптовом предприятии

*Выполнение поставленной задачи.* Планируя объем и структуру реализации товаров, необходимо исходить из ряда целевых предпосылок. Плановый объем и структура продажи товаров конкретизируются в соответствии с достигнутым уровнем развития торгового предприятия, выдвинутыми мотивами и устремлениями. Речь идет о создании условий, определенных в качестве базовых для придания динамичности процессу оптовой торговли. При этом учитываются причины неудовлетворенности спроса покупателей и предстоящие изменения в рыночной среде.

*Конкретизация и составление программы планового объема продажи товаров.* Этот процесс рассчитан на использование реальных возможностей оптовой торговли. Объемы и темпы продажи товаров планируются на основе анализа факторов, влияющих на конъюнктуру рынка, т.е. на спрос, предложение, цену и конкуренцию, и определения возможного изменения этих факторов в предстоящем периоде.

*Конкретизация и составление программы плановой структуры продажи.* В этих целях определяется удельный вес продажи определенных групп товаров в общем объеме продаж. Для этого анализируется и определяется динамика реализации групп товаров за истекающий период. Динамику можно выразить через темпы прироста продажи товаров. Для обобщенной оценки необходимо учитывать затраты, связанные с используемыми ресурсами оптового предприятия, приходящиеся на каждую группу товаров.

*Оценка ресурсных возможностей продажи.* При поиске резервов оптового предприятия осуществляется сравнение планируемого объема продажи товаров с возможностями наличных ресурсов, их оценки и приведении в соответствие. Под ресурсами подразумеваются экономические, финансовые и трудовые позиции оптового торгового предприятия. С учетом оценки этих показателей в программу реализации товаров вносятся соответствующие корректировки, обеспечивающие более полное использование ресурсного потенциала.

*Обеспечение условий для выполнения программы.* Предусматриваются мероприятия, направленные на выполнение программы реализации товаров: совершенствование организации торговым процессом, обеспечение устойчивости целевых товарных запасов, привлечение дополнительных инвестиций, развитие ценовой политики, активация рекламной деятельности.

Покупателями оптовых предприятий могут быть как розничные торговые предприятия, так и структуры, осуществляющие оптовую торговлю. На выбор покупателей оказывают влияние следующие факторы:

) место расположения (чем ближе к оптовому предприятию расположен покупатель, тем меньше транспортные расходы по доставке товаров);

)ассортимент реализуемых покупателем товаров и численность обслуживаемого населения (от этого зависит размер оптимальных партий товаров);

) сложившееся на рынке мнение о покупателе, то есть его репутация.

В процессе поиска покупателей оптовым предприятиям желательно исходить из возможности установления длительных хозяйственных связей с ними, так как это выгодно обеим сторонам. Регулирование таких отношений происходит с помощью договоров купли-продаж. Обязанность продавца по такому договору - передать товар в собственность покупателю, а обязанность покупателя - принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму.

# 1.3 Рынок оптовых торговых предприятий в городе Великие Луки

Великие Луки - крупный многопрофильный торгово-промышленный центр юга Псковской области. По состоянию на 2013 год на территории города Великие Луки действовало 4109 субъектов малого и среднего предпринимательства. На долю сферы торговли приходится 60% субъектов малого и среднего предпринимательства. В пределах Великих Лук присутствуют как локальные бизнес-офисы, так и региональные филиалы -представительства крупных торговых организаций розничной и оптовой торговли.

Оптовая торговля имеет для города важное значение. Значение оптовой торговли заключается в опосредованном влиянии через розничную торговлю на потребление товаров за счет участия в формировании розничного ассортимента. Роль оптовой торговли предусматривает её активное участие в обеспечении устойчивой реализации товаров потребителям. Предприятия оптовой торговли контролируют полноту ассортимента в магазинах обслуживаемой зоны, добиваясь постоянного наличия в продаже товаров, имеющихся на складах, участвуют совместно с промышленностью в рекламных мероприятиях, организуют перепродажу излишне закупленных магазинами товаров в другие районы, где на них имеется спрос.

Как показывает статистика, большинство предприятий оптовой торговли в городе Великие Луки занимаются продажей продуктов питания -49,4%; более 22% занимаются торговлей товарами хозяйственного назначения: строительные и отделочные материалы, товары для сада и ремонта и т.д.; 15,6%-Овощные базы; 8,07%-предприятия, торгующие алкогольной продукцией и лишь 4,58%-это оптовые базы, торгующие табачными изделиями (рис.10).

Таким образом, мы видим, что большинство оптовых торговых предприятий города специализируются на продаже широкого ассортимента продуктов питания. Это объясняется востребованностью таких организаций в связи с ростом розничных торговых предприятий, что в свою очередь повышает спрос на различные виды продовольственных товаров, которые могут предоставить оптовые торговые организации.

Рисунок 10 - Процентное соотношение специализированных оптовых организаций города

В последние годы город Великие Луки активно развивается. Наблюдается динамичный рост застройки свободных территорий. Таким образом, возрастает потребность поставки в город большого количества товаров строительного назначения. Поэтому оптовые предприятия, занимающиеся торговлей строительными материалами занимают не менее важное значение, чем продуктовые оптовые предприятия города. В таблице 1 представлены наиболее востребованные со стороны розничных продавцов и населения оптовые предприятия города.

В таблице 1 представлена лишь небольшая часть оптовых предприятий города Великие Луки. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

Общество с ограниченной ответственностью "АБСОЛЮТ" зарегистрировано 8 декабря 2006 года.

Таблица 1- Оптовые предприятия города Великие Луки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование организации | Специализация | Адрес |
| 1 | 2 | 3 |
| ООО «АБСОЛЮТ» | Оптовая торговля алкогольной продукцией | г. Великие Луки, ул. 3-ей Ударной армии, д.5/48 |
| ТФ «ВЕЛПРОД» | Оптовая торговля алкогольной продукцией | г. Великие Луки, Малышева ул., 42 |
| ТФ «ВЕГА» | Оптовая торговля алкогольной продукцией | г. Великие Луки, Богдановский пер., 14 |
| ТФ МАРКОВ И.А | Продукты оптом: овощи, фрукты | г. Великие Луки, Октябрьский пр., 69 |
| ООО «МАНДАРИН» | Продукты оптом: овощи, фрукты | г. Великие Луки, ул. К. Либкнехта, д.19. |
| ООО «ЯБЛОКО» | Продукты оптом: овощи, фрукты | г. Великие Луки, Новоказачья ул., 10А |
| ООО «АВГУСТ» | Продукты оптом: овощи, фрукты | Великие Луки ул. Некрасова, 18/7 |
| ООО «МИРАЖ» | Продукты оптом: овощи, фрукты | Великие Луки , Октябрьский пр-т, 69 |
| ООО «СТЕПАН РАЗИН» | Оптовая торговля пищевыми продуктами, и табачными изделиями | г.Великие Луки, пр. Октябрьский, д.56 |
| ООО "ВЕЛРОСОПТ" | Оптовая торговля продуктами питания | г.Великие Луки, ул.К.Либкнехта, 18 |
| ТОРГОВАЯ БАЗА ЕМЕЛЬЯНОВ А.В. (ООО «ПОЛЮС») | Оптовая торговля продуктами питания | г. Великие Луки, Богдановский пер., 18 |
| ООО «КОМАРОВ И К» | Оптовая торговля продуктами питания | г. Великие Луки , ул. Малышева, 42. |
| ИП СМЕКАЛОВ | Оптовая торговля продуктами питания | г.Великие Луки , Богдановский пер., 33 |
| ИП КУЗЬМИН В.В. | Оптовая торговля продуктами питания | г.Великие Луки, ул.Холмская,5 |
| Оптовая база «СПЕКТР-2» | Оптовая торговля продуктами питания | Великие Луки г., Богдановский пер., 23 |
| Оптовая база «ГРАНД +» | Продукты оптом: поставки комплексные | г. Великие Луки, Октябрьский пр., 69А |
| Оптовая база «ПРИБОЙ» | Оптовая торговля продуктами питания | г. Великие Луки, пр. Гагарина, 127а |
| ТФ « АЛЬВИТ» | Продукты оптом: хлеб | г. Великие Луки, пр. Гагарина, 110 |
| ООО «ОПТ И К» | Оптовая торговля рыбой и рыбными консервами | г. Великие Луки , ул. Малышева,33 |
| ООО «ВЕЛЭКСПО» | Оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием | г.Великие Луки, ул. Ставского.д.28 |
| ТФ ВЕЛПРОМКОМПЛЕКТ | Оптовая торговля хозяйственными товарами | г. Великие Луки, ул. Строителей, 2 |
| ООО «ВЕЛТАБАК» | Оптовая торговля табачными изделиями | г.Великие Луки, пер. Богдановский, д.14 |
| ООО «АГРОСНАБ-СЕРВИС» | Оптовая торговля животными кормами и запасных частей сельскохозяйственной техники | Великие Луки, ул. Новосокольническая, д. 32 |
| ТФ МЕГАПОЛИС ПСКОВ | Оптовая торговля табачными изделиями | г.Великие Луки, Прудная ул, 2 |

На сегодняшний день данная организация является крупнейшим оптовым торговцем алкогольной продукции в городе Великие Луки, так как поставляет алкогольную и безалкогольную продукцию в различных объемах практически во все розничные точки города, которые имеют право торговать данным видом продукции. К видам деятельности ООО «АБСОЛЮТ» относятся:

∙ Оптовая торговля алкогольными и безалкогольными напитками;

∙ Розничная торговля алкогольными и другими напитками.

∙ Исследование конъюнктуры рынка и выявление общественного мнения;

Также нужно отметить, ООО«АБСОЛЮТ» является эксклюзивным импортёром и генеральным дистрибьютором воды и напитков под торговой маркой JANA производства компании JAMNICA d.d., республика Хорватия, на территории Российской Федерации. Основными конкурентами организации являются ТФ «ВЕЛПРОД и ТФ «ВЕГА».Но данные организации имеют более низкие объемы продаж, так как не имеют такого широкого ассортимента как ООО«АБСОЛЮТ».

Как уже отмечалось ранее, большую часть оптовых предприятий в городе Великие Луки занимают оптовые базы, основным видом деятельности которых является продажа продуктов питания. Крупнейшими из них являются: ООО «ПОЛЮС», ООО «КОМАРОВ И К»,«СПЕКТР-2». Между данными организациями существует острая конкуренция за право обладать лидирующими позициями на рынке города. Перечисленные оптовые базы являются дистрибьютерами большого количества торговых марок продуктов питания, они сотрудничают не только с российскими поставщиками , но и с поставщиками приграничных стран, что способствует расширению ассортимента продуктов питания в розничных магазинах города. Каждая из данных организаций имеет ценовую политику и ценовой миниумом, поэтому розничные покупатели вправе выбирать у кого и по какой цене закупать тот или иной товар.

ООО «ВЕЛТАБАК» является крупнейшей оптовой базой города Великие Луки по продаже табачных изделий. ООО «ВЕЛТАБАК» занимается продажей пищевых продуктов, включая напитки и непродовольственных товаров.

Организация является дистрибьютером таких торговых марок как: "Мальборо"; "Петр 1; "Бонд" ;"Винстон" ;"Союз Аполлон" и д.р. В связи с вступлением в силу закона о курении 2013 (Федеральный закон № 15-ФЗ от 23 февраля 2013 года «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака») в городе было закрыто большое количество мелких торговых точек, которые являлись клиентами ООО «ВЕЛТАБАК», что в свою очередь привело к уменьшению объема продаж и величине выручки организации. Поэтому в настоящий момент ООО «ВЕЛТАБАК» занимается активным поиском новых покупателей по Псковской области, а также расширением ассортимента продуктов питания.

Таким образом, мы видим, что в городе Великие Луки существует достаточно большое количество оптовых организаций, прежде всего это оптовые склады и базы, каждые из которых стремятся занять лидирующие позиции среди своих конкурентов, в процессе чего они используют различные коммерческие уловки. Это может быть: снижение цены, проведение акций, расширение ассортимента, оказание дополнительных услуг на более выгодных условиях, чем у конкурента. Все это способствует развитию организации, ее росту, а также процветанию города как торгово-промышленного района Псковской области.

В настоящее время оптовая торговля занимает весомую нишу на экономическом рынке. Оптовая торговля является одной из основных отраслей сферы обращения. Она накапливает на своих складах определенные товарные ресурсы и снабжает товарами организации розничной торговли, общественного питания, промышленности, других отраслей национальной экономики. В оптовых организациях сортируют, фасуют, упаковывают и хранят товары. В условиях формирования и развития рыночных отношений оптовая торговля активно способствует увеличению объема производства, расширению ассортимента и улучшению качества товаров, успешному развитию розничной торговли, общественного питания, более полному удовлетворению потребностей населения в товарах народного потребления.

# 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КОМАРОВ И К»

# 2.1 Общая организационно-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной о ответственностью «Комаров и К» создано на основе добровольного соглашения лиц, объединивших свои средства для совместной хозяйственной деятельности и достижения целей, определенных в Уставе Общества .

ООО «Комаров и К» зарегистрировано Межрайонной ИФНС России №2 по Псковской области 28.10.2005 года. Данная организация расположена по адресу РФ, Псковская обл., г. Великие Луки, ул.Малышева, д.42. Режим работы организации с 9.00 до 18.00, пятидневная рабочая неделя.

ООО «Комаров и К» было создано двумя учредителями с уставными долями по 50%. Главным на предприятии является генеральный директор, Пантюхова Н.В. Имущество Общества формируется за счет вкладов его участников, полученных доходов и других законных источников. Общество отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Согласно уставу общества:

Целью создания и деятельности ООО«Комаров и К» является получение прибыли от продажи товаров в соответствии с общественными потребностями

Общество является юридическим лицом, имеет право от своего имени заключать договоры, приобретать имущественные и личные не имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество имеет самостоятельный баланс, обособленное имущество в собственности, круглую печать, штампы, другие необходимые реквизиты, вправе открывать счета в банках.

Общество занимается продажей продовольственных товаров : майонез, шоколад, конфеты, печенье, масло растительное, снеки, кофе, чай, тушенка и т. д. Но основным направлением деятельности является продажа кондитерских изделий.

ООО «Комаров и К» занимает отдельное двухэтажное здание, расположенное по адресу: г. Великие Луки, ул.Малышева, д.42. Перед оптовой базой имеется небольшая парковка. Офисные помещения данной организации занимают площадь в 300 кв.м., площадь складского помещения составляет 1450 кв.м., также имеются отдельное помещение для хранения торгового оборудования и рекламных материалов, т.к. на предприятии используется различное торгово-технологическое оборудование и инвентарь, кроме того, имеется собственный автотранспорт, с помощью которого осуществляется доставка товаров. Для выполнения обязательных операций торгово-технологического процесса предприятие имеет хорошую техническую оснащенность, которая не противоречит технике безопасности.

ООО «Комаров и К» является непосредственным участником товародвижения, выступая в качестве посредника (рис.11 )

Рисунок 11 - Схема товародвижения

ООО «Комаров и К» является посредником- дилером, так как организация проводит все операции от своего имени и за свой счет. Товар приобретается у производителя по договору.

Основной задачей ценовой политики ООО «Комаров и К» является управление конкурентоспособностью товара (цена должна соответствовать значимости товара и быть достаточным стимулом для приобретения). В целом предприятие применяет нейтральную стратегию ценообразования - установление цены исходя из соотношения цена/ценность.

Организационная структура организации ООО «Комаров и К» не противоречит двум основным концепциям структуры: в ней присутствует специализированное разделение труда и наблюдается широкая сфера контроля. Таким образом, организация имеет линейную структуру управления (рис. 12), где распределение должностных обязанностей осуществлено таким образом, что все полномочия - прямые (линейные) - идут от высшего звена управления к низшему. Данная структура является оптимальной, т.к. связи между звеньями и ступенями управления на всех уровнях рациональны и число ступеней управления минимально. Количество звеньев управления достаточно для организации занимающейся оптовой торговлей.

Рисунок 12 - Организационная структура управления

Как видно из рисунка, в штате организации работает 11 человек, 10 из которых находятся в непосредственном подчинении у генерального директора. Весь персонал организации можно условно подразделить на 3 категории: администрация, отдел продаж и вспомогательный персонал. В состав администрации входят: директор и его заместитель. Согласно должностным инструкциям, каждый работник ООО «Комаров и К» выполняет свои обязанности и несет ответственность за качество и своевременное выполнение возложенной на него работы.

Финансовый результат (прибыль или убыток) является самым главным показателем хозяйственной деятельности предприятия за отчетный период. Он представляет собой прирост (или уменьшение) стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе ее предпринимательской деятельности за отчетный период. Финансовые результаты - это итоги хозяйственной деятельности организации, выраженные в виде финансовых показателей. Показатели, характеризующие деятельность организации представлены в таблице 3.

Таблица 2 - Динамика показателей деятельности ООО «Комаров и К»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | | | | 2013г. в % к 2009г. |
|  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |  |
| Выручка от продажи товаров, работ, услуг, тыс. руб. | 62860 | 70620 | 54442 | 51243 | 81829 | 130,18 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных средств, тыс. руб. | 1043 | 1432,5 | 1434,5 | 1207 | 901 | 86,39 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 21392 | 26110 | 27394,5 | 23536 | 36813,5 | в 1,7 раза |
| Среднесписочная численность работников, человек | 13 | 15 | 14 | 11 | 11 | 84,6 |

Как видно из таблицы 2 в 2013 году в организации трудилось11 работников. Численность работников в 2013 году по сравнению с предыдущим годом не изменилась. В отчетном году снизилась стоимость основных средств, так как ООО «Комаров и К» не производило закупок оборудования в 2013 году. Одним из основных показателей, характеризующих деятельность организации, является его выручка. Исходя из приведенных данных выручка от продажи товаров ООО «Комаров и К» в 2013 году составила - 81829 тыс. руб. Этот показатель выше уровня предыдущих лет, а по сравнению с 2009 годом больше на 30,18%, (см. рис.13 ).

Рисунок 13 - Сопоставление динамики основных показателей деятельности ООО «Комаров и К» за 2009-2013 гг.

Рассмотрим изменения финансовых результатов ООО «Комаров и К» на основании показателей приведенных в таблице 3 .

Таблица 3 - Анализ динамики прибыли от продаж за 2009-2013г.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПОКАЗАТЕЛИ | Год | | | | | 2013г к 2009г | 2013г в % к 2009г |
|  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |  |  |
| Товарооборот(выручка от продажи товаров), тыс. руб. | 62860 | 70620 | 54442 | 51243 | 81829 | +18969 | 130,18 |
| Валовой доход, тыс. руб. | 14598 | 15383 | 10941 | 12608 | 22423 | +7825 | 153,6 |
| Издержки обращения, тыс. руб. | 13771 | 15264 | 9876 | 11530 | 25117 | +11346 | 182,39 |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | 827 | 119 | 1065 | 1078 | (2694) | -3521 | - |

Рост величины издержек обращения в 2013 году по сравнению с 2012 годом на 13587 тыс. руб. отрицательно повлияло на финансовые показатели деятельности организации и привело к снижению прибыли от продажи товаров по сравнению с предыдущим годом, в результате чего организация получила убыток в размере 2694 тыс. руб., (см. рис.14).

Рисунок 14 - Динамика прибыли от продаж за 2009-2013 гг.

Наравне с показателями валового дохода, прибыли (убытков) финансовую деятельность характеризует и динамика таких показателей как уровень ее рентабельности, уровень валового дохода и издержек по отношению к товарообороту торговой организации (таб.4 ).

Таблица 4 - Анализ динамики отдельных составляющих финансовых результатов торговой деятельности ООО «Комаров и К»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПОКАЗАТЕЛИ | 2009г. | 2010г. | 2011г. | 2012г. | 2013г. | 2013г. к 2009г., % |
| Товарооборот, тыс. руб. | 62860 | 70620 | 54442 | 51243 | 81829 | 130,2 |
| Валовой доход, тыс. руб. | 14598 | 15383 | 10941 | 12608 | 22423 | 153,6 |
| Издержки обращения, тыс. руб. | 13771 | 15264 | 9876 | 11530 | 25117 | 182,4 |
| Прибыль (убыток) от продажи товаров, тыс. руб. | 827 | 119 | 1065 | 1078 | (2694) |  |
| Уровень валового дохода в % к товарообороту | 23,22 | 21,78 | 20,1 | 24,60 | 27,40 | 4,18 |
| Уровень издержек в % к товарообороту | 21,91 | 21,61 | 18,14 | 22,5 | 30,7 | 8,79 |
| Уровень рентабельности торговой деятельности, (%) | 1,32 | 0,17 | 1,96 | 2,1 | - | - |

Уровень валового дохода в 2013 году по сравнению с 2009 годом увеличился на 4, 18%, это объясняется увеличением величины валового дохода. Но, в то же время наблюдается отрицательная динамика изменения уровня издержек обращения: в 2013 году уровень издержек обращения увеличился на 8,2% по сравнению с 2012 годом, в результате чего организация в 2013 году получила убыток в размере 2694 тыс. руб., что в свою очередь повлияло на рентабельность предприятия в 2013 году.

Динамика представленных показателей полностью отталкивается от изменения исходных значений. Так, валовой доход к отчетному году увеличивается как в абсолютном, так и в относительном выражении. Этот рост вызван увеличением уровня торговой наценки на реализуемые товары.

# 2.2 Современное состояние организации коммерческой деятельности ООО «Комаров и К»

Торгово-технологический процесс в оптовой торговле представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является промежуточной стадией всего процесса товародвижения.

Большую роль в торгово-технологическом процессе играют коммерческие операции. Их своевременность и качество выполнения влияют на широту ассортимента предлагаемых товаров, бесперебойность торговли ими и на качество обслуживания покупателей. К числу таких операций относят изучение спроса покупателей, составление заявок на завоз товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации. Торгово-технологический процесс в ООО «Комаров и К» можно подразделить на три основные части, (см. рис.15).

Рисунок 15 - Торгово-технологический процесс ООО «Комаров и К»

Торгово-технологический процесс ООО «Комаров и К» начинается с приобретения товаров у поставщиков. Заказ товаров осуществляется посредством заявки по телефону или электронной почте, которая отправляется поставщику. Работа с поставщиками осуществляется по долгосрочным договорам, как на основе предоплаты, так и отсрочкой платежа. При этом основное направление договорной политики организации - это заключение договоров напрямую с организациями - производителями без посредников. Такая договорная политика дает возможность снизить цену на товар и этим привлечь покупателей. Непосредственная прямая связь с организациями - производителями позволяет решать спорные вопросы по поставкам товаров, их качеству в кратчайшие сроки.

В случае невыполнения договорных обязательств поставщики выплачивают неустойку, так же предприятие может отказаться от услуг поставщика. Но как правило, товары завозятся ритмично по графикам, благодаря чему в организации поддерживается стабильный ассортимент, ускоряется оборачиваемость товаров, уменьшается их порча.

Крупнейшими поставщиками товаров ООО «Комаров и К» на начало 2013 года являются:

1. ООО «Казанский жировой комбинат», расположенный по адресу: Республика Татарстан, Лаишевский район, с. Усады, ул. Ласковая, 1. Данная организация поставляет в ООО «Комаров и К» майонезы, соусы, кетчупы, масла под федеральными брендами «Mr.Ricco», «Ласка», «Провансаль», «Майонез М», «PROfood» и д.р.;

2. ООО «АВК», расположенное по адресу: г. Белгород, ул.Комунальная, д.18,поставляет более 150 наименований кондитерских изделий;

3. ООО «Рошен», расположенное по адресу: Украина, г. Киев,ул. Электриков 26/9. Под собственным «сладким знаком качества» ROSHEN производит около 110 видов продукции (шоколадные и желейные конфеты, карамель, шоколад, печенье, вафли, бисквитные рулеты и торты), около 45 из них поставляется в ООО «Комаров и К».

ЗАО «КИЕВ-Конти», расположенное по адресу: Украина, Донецкая обл., Константиновка, ул. Интернациональная, 460.

ООО «Объединенные кондитеры», поставляющее кондитерские изделия торговых марок: «Красный Октябрь», «РотФронт», «Бабаевский» и д.р. Головной офис данной организации, с которым сотрудничает ООО «Комаров и К», находится по адресу: г.Москва, 2-ой Новокузнецкий пер., 13/15.

ООО «Славянка Торг», расположенное по адресу: Белгородская обл., г. Старый Оскол, ул. Октябрьская, д. 20.

Полученные товары предприятием ООО «Комаров и К» реализуется оптом в разные области и города, такие как Псков, Торопец, Невель, Нелидово и другие города.

Организация приемки товаров в ООО «Комаров и К» существенно не отличается от ее организации на других оптовых базах, занимающихся реализацией продуктов питания. Приемка товаров осуществляется по количеству и качеству товаров. Приемка товаров по качеству осуществляется путем осмотра товаров на предмет производственного брака и потери товарного вида. Обязательным условием является проверка даты изготовления и сроков годности товара. Товар, не принятый по качеству, возвращается поставщику. Проверка товаров по количеству осуществляется путем сравнения количества отгруженного товара с товарно-сопроводительными документами по каждой группе. Если товар не принят по качеству или количеству, составляется акт и товар возвращается поставщику. После получения (приемки) товаров и проверки специальных документов, их параметры заносятся в базу данных организации, т.е. производится информационная обработка данных о товаре.

Дальнейшая продажа товара - это процесс обеспечения розничных торговых организаций товарами в необходимом объеме и ассортименте путем реализации «Комаров и К» комплекса коммерческих, организационно-технологических и юридических операций.

Основными покупателями ООО «Комаров и К» являются магазины торговой сети «Телекс» и «ВПК», ИП «Лах» расположенные в пределах города Великие Луки; магазины торговой сети «Флуидор», относящиеся к Великолукскому и Невельскому районам. Магазины торговой сети «Телекс» и «Флуидор» закупают около 35% от всей реализуемой данной организации продукции. Примерно 18,5% составляет доля покупок ТС«ВПК», около 13,5% продукции приобретает ИП «Лах», а оставшиеся 40% приходятся иных клиентов (рис.16).

У клиентов ООО «Комаров и К» есть возможность ознакомиться с ассортиментом продаваемой продукции с помощью прайс-листов и каталога, куда заносятся все поступающие на склад товары. При размещении товаров в каталоге соблюдают правила товарного соседства.

Рисунок 16- Основные клиенты ООО «Комаров и К»

За каждой товарной группой закрепляют постоянную зону размещения. Новые виды товаров, которые только поступили в продажу, размещают на главной странице каталога. Также на данной странице размещены товары, по которым проводят акции.

Суть акции состоит в том, что при приобретении определенного объема конкретного вида товара или определенного ассортимента товаров покупатель получает скидку на покупку. В ООО «Комаров и К» акции, посвященные новым товарам поставщиков, проводятся не часто. В среднем на их долю в год приходится не более 15-20 дней, что является очень низким показателем, так как любая акция выступает по своей сути рекламой организации и ее товару, предложенному покупателю.

Отпуск товаров покупателям производится на основании заключенных с ними договоров . Организация осуществляет реализацию товаров на условиях двухнедельной отсрочки. В договоре поставки фиксируется порядковый номер, наименование товара, единица измерения (код), количество, цена единицы продукции без учета НДС, ставка НДС в % и по сумме, цена единицы продукции с учетом НДС, итоговая стоимость. В договоре поставки указывается условия отгрузки (самовывоз или авто), обязанности поставщика и покупателя, форс-мажоры, условия оплаты. Расчеты осуществляются наличным (до 100 тыс. руб.) способом и безналичным путем перечисления денежных средств на расчетный счет ООО «Комаров и К».

Основными сопроводительными документами является товарная накладная и счет-фактура. Товарная накладная предназначена для учета движения товарно-материальных ценностей. Затем, после отгрузки товаров, в сроки, установленные договором, покупатель обязан оплатить полученный товар. Оплата может производиться наличным и безналичным способами.

При поставке товаров автотранспортом сопроводительными документами служат товарно-транспортная накладная, счет-фактура и сертификат соответствия. Товарно-транспортная накладная составляется поставщиком и является первичным приходным документом при поступлении товаров. Она состоит из двух разделов - товарного и транспортного. Транспортный раздел данного документа заполняется в ходе доставки товара и содержит следующие данные:

∙ дата;

∙ номер автомобиля и путевого листа;

∙ наименования и адреса заказчика (плательщика) товара, грузоотправителя и грузополучателя;

∙ пункт погрузки и разгрузки (при необходимости);

∙ сведения о грузе (наименование и краткое описание товара; масса нетто; способ определения массы; количество единиц; цену за единицу; сумму, на которую поставляется товар (с учетом налога на добавленную стоимость)).

Кроме того, указываются сопровождающие груз документы, вид упаковки, количество мест.

Счет-фактура выписывается в двух экземплярах. Первый остается у поставщика товара, второй направляется покупателю вместе с товаром. Составленные и полученные счета-фактуры регистрируются в установленном порядке в книгах покупок. Книга покупок ведется получателями товаров, она предназначена для регистрации счетов-фактур, предоставляемых поставщиками, в целях определения сумм налога, подлежащих зачету. После получения сопроводительных документов материально ответственное лицо должно проверить исправность контейнера или упаковки, в которой был доставлен товар. Затем он должен принять товар по количеству мест, а в необходимых случаях - по массе.

Учёт продукции, слежение за товарными остатками и процесс продажи товаров осуществляется с помощью компьютерной программы 1С 7.7 Предприятие: торговля + склад. Благодаря этой программе работа организации значительно упрощается, в ней можно проследить остаток продукции, составить заказ, посмотреть отчёты по различным показателям: товарам, ценам, задолженностям, чистой прибыли и т.д. Так же позволяет программа позволяет вести кадровый учёт. Использование компьютерных программ учёта значительно облегчает деятельность предприятия, не одно предприятие не может считать себя современным без их использования.

Наряду с продажей товаров ООО «Комаров и К» оказывает своим клиентам дополнительные оптовые торговые услуги (рис.12)

Среди инструментов коммерческой деятельности ООО «Комаров и К» ассортиментная политика занимает особое место. ООО «Комаров и К» является дилером большинства крупнейших торговых марок, относящихся к продовольственной сфере. Ассортимент насчитывает более 3000 наименований продукции. Это дает возможность клиенту выбирать наиболее подходящий ему товар. В таблице 5 представлены основные виды товаров, предлагаемые ООО «Комаров и К».

Рисунок 17 - Дополнительные услуги ООО «Комаров и К»

Таблица 5-Ассортимент товаров ООО «Комаров и К»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа | Вид товара | Поставщики | Доля,% |
| Сахаристые кондитерские изделия | Конфеты, шоколад, мармелад, шоколадные батончики, зефир и т.д. | ООО «АВК» | 33,5 |
|  |  | ООО «Рошен» | 33 |
|  |  | ЗАО «КИЕВ-Конти» | 16,2 |
|  |  | ООО «Объединенные кондитеры» | 12 |
|  |  | ООО «Славянка Торг» | 6,3 |
| Мучнистые кондитерские изделия | Печенье, вафли, сухари, сушки и т.д. | ЗАО «КИЕВ-Конти» | 45 |
|  |  | ЗАО «Конти-Русь» | 43,5 |
|  |  | ООО «Объединенные кондитеры» | 11,5 |
| Консервы | Рыбные и мясные консервы, консервированные овощи и т.д. | ООО "Компания Консервы" | 70 |
|  |  | ООО «Старорусский мясной двор» | 30 |
| Напитки | Чай, кофе, соки и т.д | ООО "Ти Трейд" | 50,3 |
|  |  | ЗАО «Крюгер-Гранд» | 36 |
|  |  | ООО «Маревен Фуд Сентрал» | 13.7 |
| Приправы | Лавровый лист, универсальные приправы и т.д. | ООО «Каре» | 66,5 |
|  |  | ООО «Маревен Фуд Сентрал» | 33,5 |
| Мучнистые изделия | Макароны, крупы и т.д | ООО «Маревен Фуд Сентрал» | 100 |
| Масла и майонезы | Майонез, соусы, кетчупы, растительные масла и т.д | ООО «Казанский жировой комбинат» | 100 |
| Прочие товары | Снеки, сухарики, чипсы и т.д | ООО «Маревен Фуд Сентрал» | 50 |
|  |  | ООО «Русский продукт» | 50 |

Для обеспечения устойчивого ассортимента товаров в ООО «Комаров и К» проводится работа по управлению товарными запасами, с целью чего осуществляется оперативный учет и контроль остатков товаров, в том числе с применением средств компьютеризации, а также инвентаризация (проверка остатков товарно-материальных ценностей на складах и в торговом зале магазина по соответствующей накладной).

В 2012 году величина валового дохода составила 12608 тыс. руб., в 2013 году - 22423 тыс. руб., что на 77,85% больше, чем в 2012 году, хотя по сравнению с 2009 годом происходит его рост на 7825 тыс. руб. или 53,6%.

Чтобы выяснить по какой товарной группе увеличение величины валового дохода в наибольшей степени повлияло на увеличение суммы валового дохода в целом, проведем АВС-анализ, который позволит распределить группы товаров организации по степени их важности в отношению влияния их на величину валового дохода ООО «Комаров и К». Ключевым параметром при анализе будет величина валового дохода по группам товаров за 2013 год. Подведем итоги в таблице 6.

Таблица 6-Результаты проведенного АВС-анализа

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Товарная группа | Вид товара | Сумма валового дохода, тыс.руб. | Уд. вес в совокупном объеме валового дохода,% | Уд. вес в совокупном объеме валового дохода,% | Уд. вес товаров нарастающим итогом,% | Группа |
| 1 | Сахаристые кондитерские изделия | Конфеты, шоколад, мармелад, шоколадные батончики, зефир и т.д. | 19537 | 87,13 | 87,13 | 12,50 | А |
| 2 | Мучнистые кондитерские изделия | Печенье, вафли, сухари, сушки и т.д. | 1904 | 8,49 | 95,62 | 25,00 | Б |
| 3 | Консервы | Рыбные и мясные консервы, консервированные овощи и т.д. | 242 | 1,08 | 96,70 | 37,50 | Б |
| 4 | Напитки | Чай, кофе, соки и т.д | 90 | 0,40 | 97,10 | 50,00 | Б |
| 5 | Приправы | Лавровый лист, универсальные приправы и т.д. | 10 | 0,04 | 97,15 | 62,50 | С |
| 6 | Мучнистые изделия | Макароны, крупы и т.д | 258 | 1,15 | 98,30 | 75,00 | С |
| 7 | Масла и майонезы | Майонез, соусы, кетчупы, растительные масла и т.д | 377 | 1,68 | 99,98 | 87,50 | С |
| 8 | Прочие товары | Снеки, сухарики, чипсы и т.д | 5 | 0,02 | 100,00 | 100,00 | С |
| ИТОГО: | | | 22423 | | | | |

Таким образом, исходя из таблицы 5 видно, что наибольшее влияние на увеличение общей суммы валового дохода оказал рост величины валового дохода по таким товарным группам, как «Сахаристые кондитерские изделия», «Мучнистые кондитерские изделия», «Консервы», «Напитки»(см.рисунок 13)

Рисунок 18- Соотношение товарных групп по степени влияния на товарооборот

Увеличение суммы валового дохода по одним товарным группам и уменьшение по другим приводит к изменению структуры валового дохода: удельный вес одних товарных групп увеличивается, а других уменьшается по сравнению с прошлыми годами.

В городе Великие Луки функционирует лишь несколько организаций подобных ООО «Комаров и К». Далеко не все из них предлагают качественные товары и своевременное обеспечение. Основными конкурентами организации выступают фирмы: ТД «Рижский», ИП «Абдулов А.А.», ООО «Степан Разин», Оптовая база «СПЕКТР-2», расположенные в г. Великие Луки.

Данные организации реализуют схожий ассортимент товаров, устанавливают примерно равные цены, хотя по ценовой политики фирма ООО «СПЕКТР-2» лидирует (таб.7).

Таблица 7 - Основные конкуренты ООО «Комаров и К» в 2013 году

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ПОКАЗАТЕЛИ | Торговые фирмы-конкуренты | |
|  | ООО «СПЕКТР-2» | ООО «СТЕПАН РАЗИН |
| Виды товаров, по которым ООО «КОМАРОВ И К» проигрывает в ценовой политике своим конкурентам | А. Чаи | А. Чаи |
|  | Б. Кондитерские изделия | Б. Кондитерские изделия |
|  | В.Масла и майонезы | х |
| Разница в среднем при сопоставлении цен с ООО «КОМАРОВ И К» составляет | По группам: А ниже на 12-18 руб. Б ниже на 8-10 руб. В ниже на 1-2 руб. | По группам: А ниже на 6-9 руб. Б ниже на 3-4 руб. |
| Сравнение ассортимента ООО «КОМАРОВ И К» с его конкурентами | Меньше в отличие от ООО «КОМАРОВ И К» по всем ассортиментным группам | Меньше по всем группам товаров |

Исходя из данных таблицы, наибольшую конкуренцию создает торговая фирма ООО «Спектр-2», конкурентные признаки которой прослеживаются по всем видам товаров.

ООО «Комаров и К» обладает такими конкурентными преимуществами по отношению к своим конкурентам как:

|  |
| --- |
| Развитые, эффективные каналы сбыта |
| Стабильное партнерство со всеми локальными сетями на юге Псковской области |
| Отлаженная работа с оптовыми покупателями |
| Доставка по торговым точкам юга области в течение 24 часов с момента получения заказа |
| Покрытие клиентской базы в сегменте традиционной розницы на 95% |
| Успешный опыт развития продаж продукции по новым контрактам |
| Постоянное отслеживание тенденций рынка, предоставление аналитической информации нашим партнерам |
| Эффективная складская логистика (сборка от штучного до крупногабаритного товара) |
| Финансовая стабильность |
| Гибкая кредитная политика для клиентов (от 7дней до 30 дней) |
| Наличие службы инкассации и финансового контроля для эффективной работы с дебиторской задолженностью |
| Комплексное обслуживание производителя - полная цепочка прохождения товара до магазина и потребителя |
| Широкий ассортимент предлагаемой продукции |
| Низкие/средние цены |

Рисунок 19 -Конкурентные преимущества ООО «Комаров и К»

Из рисунка видно, что компания ООО «Комаров и К» имеет очень хорошую репутацию на рынке. Организация отличается высокой квалификацией персонала; финансовой стабильностью, что способствует налаживанию торговых связей с поставщиками и покупателями; эффективностью каналов сбыта; приемлемыми ценами; широтой ассортимента и т.д. Все эти преимущества дают возможность ООО «Комаров и К» не только успешно функционировать на рынке, но и активно развиваться и расширять круг своих возможностей.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что главным для любой торговой организации является товар. Какие бы усилия ни прилагались для рекламы некачественного товара, привлекательность его в глазах покупателя не увеличится. Товар должен обладать следующими совокупными качествами и именно на них должна быть основана торговая деятельность: отвечать своему назначению, отвечать современным эстетическим требованиям, иметь эффективную упаковку, иметь соответствующую ценовую привлекательность и спрос, быть конкурентоспособным, при этом важно учитывать факторы времени - цикл жизни товара на рынке. Вместе с тем, товар должен быть профессионально предложен покупателю и приносить максимальную прибыль.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Главная цель коммерческой деятельности - получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания - требует гибкого реагирования на изменения, происходящие на рынке. Продавать товары надо так, чтобы любая коммерческая операция обеспечивала предельно возможный уровень рентабельности; чтобы торговый риск был сведен к минимуму; чтобы постоянно укреплялось положение торгового предприятия на рынке и росло доверие к нему со стороны деловых партнеров. Эффективная коммерческая деятельность обеспечивает устойчивое финансовое состояние предприятия, его конкурентоспособность.

В ходе проведенного исследования были поставлены задачи, выполнение которых позволило раскрыть теоретические аспекты процесса построения продажи товаров оптом, осветить особенности формирования коммерческих операций в оптовой деятельности.

Объектом исследования отчета по преддипломной практике слало ООО «Комаров и К», которое занимает лидирующую позицию среди оптовых торговых организаций города Великие Луки. ООО «Комаров и К» является дилером большинства крупнейших торговых марок, относящихся к продовольственной сфере. Ассортимент насчитывает более 3000 наименований продукции, большую часть из которых поставляют организации не только нашей страны, но и организации близлежащих стран.

В ООО «Комаров и К» работает 11 человек, каждый из которых занимается своей сферой деятельности. Данная организация помимо продажи занимается оказанием дополнительных услуг.

В деятельности ООО «Комаров и К» достаточно много положительных моментов:

∙ наличие постоянных поставщиков и заказчиков,

∙ расширение ассортимента товара,

∙ хорошая репутация организации,

∙ отличное качество товара.

В целом в исследуемой организации лучшим годом за период с 2009 по 2013 гг. по показателям выручки от продажи товаров, прибыли является 2013 год, а в 2012 году наблюдается снижение эффективности работы. Рост величины издержек обращения в 2013 году по сравнению с 2012 годом на 13587 тыс. руб. отрицательно повлиял на финансовые показатели деятельности организации, что привело к отсутствию прибыли от продажи товаров.

Работа с поставщиками на данной организации осуществляется по долгосрочным договорам, как на основе предоплаты, так и отсрочкой платежа. При этом основное направление договорной политики организации - это заключение договоров напрямую с организациями - производителями без посредников.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Ч.1: ФЗ от 30.11.1994 г. №51-ФЗ (ред. от 06.12.2007) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. - ст. 3301.

Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1 от 31.07.1998 г. №146-ФЗ (в ред. от 26.04.2007).

ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. - Введ. с 1.01.2011. - М.: Стандартинформ, 2010. - 20 с.

4. Аникин Б.А. Коммерческая логистика: учебник/ Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин -Оренбург: Проспект, 2009. - 428с.

Баканов Н.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Н.И. Баканов- М.: Экономика, 2010.-385 с.

6. Брагина Л.А. Торговое дело : экономика, маркетинг, организация: учебник / Л.А.Брагина, Данько Т.П. - М: ИНФРА-М, 2008.- 468 с.

Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность. Организация и управление/ Р.И. Бунеев- Москва: Феникс, 2009.- 521с.

8. Вертоградов В.А. Управление продажами / В.А. Вертоградов. - СПб.: Питер, 2007. - 240 с.

9. Губерной К.М.Социально-экономическая роль торговли и закономерности повышения её эффективности./К. М. Губерной - М.: Высшая школа, 2009.-275 с.

10. Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности: учебное пособие / Г.Г. Иванов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Академия, 2012. - 272 с.

Панкратов Ф.Г. Коммерция и технология торговли: Учебник для высших торгово-экономических учебных заведений./ Ф.Г. Панкратов, В.К. Памбухчиянц- М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2009.- 345 с.

12.Платонов В.Н. Организация и технология торговли: учебник. / В.Н. Платонов. - Минск: ГЭУ, 2009. - 317с.

13. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева - М: ИНФРА-М, 2012.-248 с.

14. Соловьев Б.А. Маркетинг. / Б.А. Соловьев - М.: ИНФРА, 2007. - 289с.

Стаханов В.М. Сбыт продукции на предприятиях и производственных объединениях/ В.М. Стаханов- М.: Экономика, 2009.-308 с.

16. Торговля в Псковской области: стат. сб. / Росстат; Территориальн. орган Федеральн. службы гос. статистики по Псков. обл. - Псков, 2009. - 110с.

Торговля в Псковской области: стат. сборник/ Росстат; Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Псковской области. - Псков, 2010. - 40с.

Экономический анализ в торговле / М.И. Баканов, И.М. Дмитриева, Л.Р. Смирнова и др.- М.: Финансы и статистика, 2010. - 400с.