

**Баранова Наталья Аркадьевна**

канд. экон. наук, профессор

Костанайский филиал ФГБОУ ВО «Челябинский

государственный университет»

г. Костанай, Республика Казахстан

DOI 10.31483/r-109225

## ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация:** в современных условиях коммерческая деятельность организации является одним из важнейших факторов обеспечения ее эффективного функционирования конкурентоспособности. Данный факт определяет актуальность и значимость проведенного исследования, в рамках которого представлены результаты оценки коммерческой деятельности организации, занятой в сфере торговли аграрной продукцией, систематизированы выявленные проблемы и предложены мероприятия по их решению. Для проведения исследования применялись общенаучные и специальные методы оценки коммерческой деятельности организации. Результатом проведенного исследования явилась информация об уровне эффективности коммерческой деятельности исследуемой организации, необходимая ее руководителю для принятия рациональных управленческих решений.

**Ключевые слова:** коммерческая деятельность, аграрная продукция, объем продаж, сбыт, эффективность.

В современных условиях коммерческая деятельность стала неотъемлемым элементом потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства [1, с. 106]. Коммерческая деятельность организации имеет определенную направленность и организуется для достижения поставленных целей.

Исследуемая организация занята в сфере торговли аграрной продукции, основные характеристики ее коммерческой деятельности отражены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики коммерческой деятельности исследуемой организации

Характеристика	Описание
Цель	Доведение до конкретных потребителей продукции в необходимом количестве и нужного качества, в точное время, в определенном месте, с допустимыми затратами
Предмет	Сельскохозяйственная продукция
Объект	Перерабатывающие предприятия и посреднические сбытовые организации ближнего и дальнего зарубежья
Характер	Адресный, определяемый целью и направленностью всей деятельности предприятия на конкретных потребителей продукции

Коммерческая деятельность исследуемой организации включает в себя следующие направления:

- закуп сельскохозяйственной продукции и необходимых ресурсов для организации коммерческой деятельности;
- формирование ассортиментной и ценовой политики на аграрную продукцию организации;
- организация сбыта и продвижения сельскохозяйственной продукции.

Поставщиками сельскохозяйственной продукции для исследуемой организации, в основном, служат местные товаропроизводители (рисунок 1).

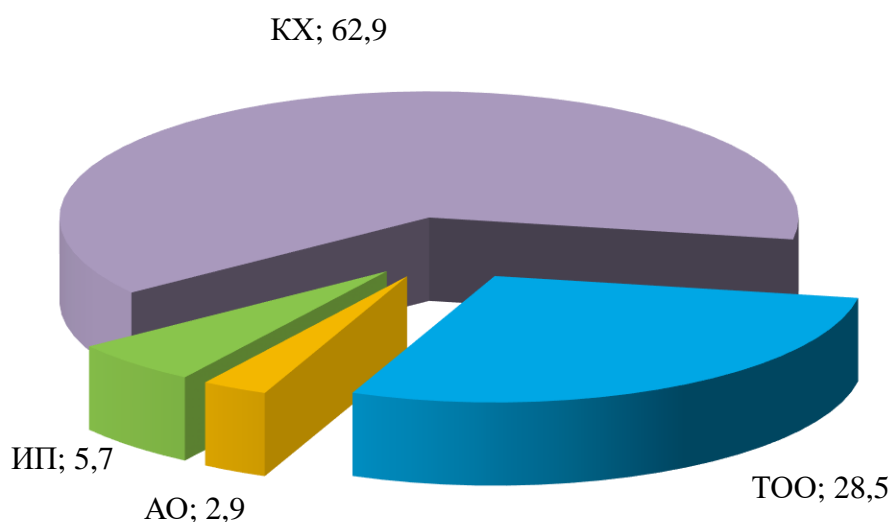


Рис. 1. Структура поставщиков аграрной продукции исследуемой организации (в разрезе организационно-правовых форм деятельности)

Процесс закупочной деятельности в исследуемой организации осуществляется, в основном, методом – сезонные заказы крупными партиями.

В процессе организации коммерческой деятельности особую роль занимает ассортиментная политика, основной целью управления которой является удовлетворение спроса покупателей и получение максимальной прибыли [2]. Структура товарного ассортимента исследуемой организации представлена на рисунке 2.

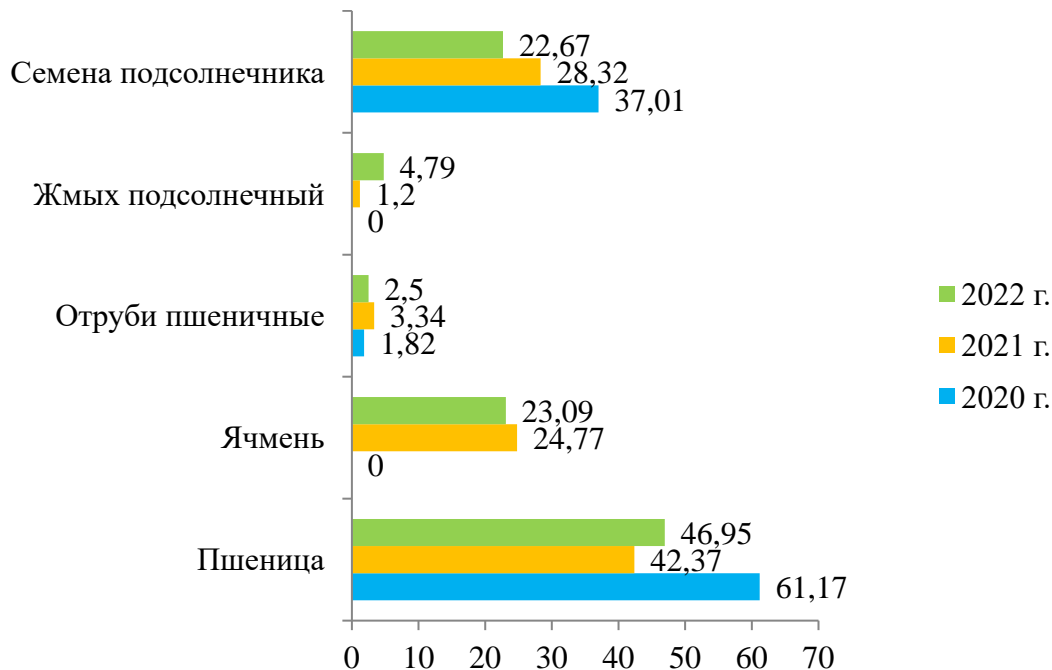


Рис. 2. Динамика изменения структуры товарного ассортимента исследуемой организации, %

Исходя из результатов проведенной оценки, наибольшую долю в структуре товарного ассортимента исследуемой организации занимает пшеница, несмотря на уменьшение ее удельного веса с 61,17% в 2020 г. до 46,95% в 2022 г. Заметную долю в структуре товарного ассортимента занимает ячмень, однако его удельный вес уменьшился с 24,77% в 2021 г. до 23,09% в 2022 г., и семена подсолнечника, удельный вес которых также уменьшился с 37,01% в 2020 г. до 22,67% в 2022 г. Сокращение долей данных культур в структуре товарного ассортимента исследуемой организации связано с его обновлением.

В практике работы исследуемой организации применяется затратный метод ценообразования.

Исследуемая организация реализует закупаемую аграрную продукцию на экспорт, основными покупателями ее продукции являются предприятия Китая – 44,6%, Узбекистана – 30,1% и Кыргызстана – 16,9% (рисунок 3).

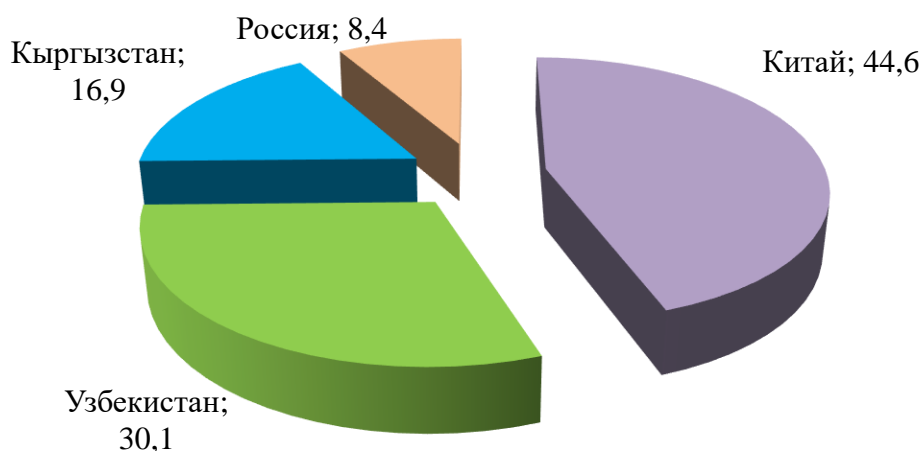


Рис. 3. География сбыта аграрной продукции исследуемой организации, %

Проведенная оценка коммерческой деятельности исследуемой организации, что в целом за 2020–2022 гг. объемы ее продаж снизились, на что повлияли как внешние, так и внутренние факторы.

Большинство предприятий, закупающих сельскохозяйственную продукцию у исследуемой организации, являются промышленными, т.е. приобретают сырье для дальнейшей переработки, остальные – предприятия, занимающиеся посреднической деятельностью. Доля промышленных предприятий в общей структуре продаж продукции исследуемой организации за 2020 г. составила 57,9%; 2021 г. – 61,9%; 2022 г. – 63,6%, т.е. увеличилась на 5,7 процентных пункта,

Структура объемов продаж продукции исследуемой организации покупателям в разрезе вида их деятельности в 2022 г. отражена на рисунке 4.

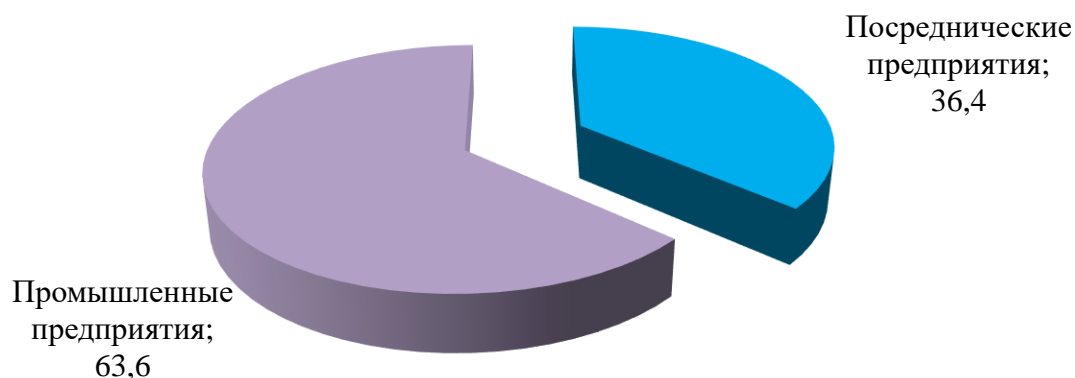


Рис. 4. Структура объема продаж продукции исследуемой организации  
покупателям в разрезе вида их деятельности в 2022 г., %

Для продвижения своей продукции исследуемая организация использует метод персональных продаж и рекламу на сайтах в сети Интернет, однако вопросы продвижения реализуемой продукции являются для нее проблемными.

Важнейшими показателями эффективности коммерческой деятельностью организации являются прибыль и показатели рентабельности. Динамика изменения прибыли исследуемой организации отражена на рисунке 5.

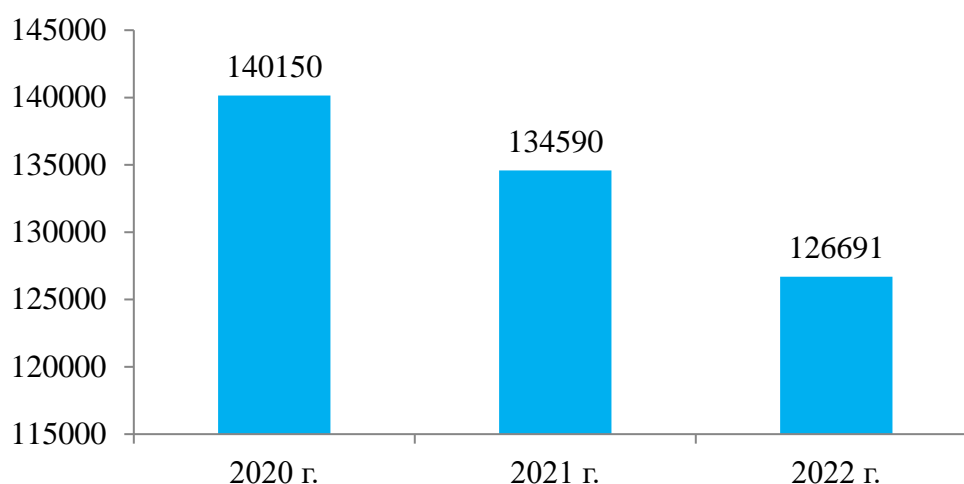


Рис. 5. Динамика изменения валовой прибыли  
исследуемой организации, тыс. тенге

Валовая прибыль исследуемой организации в течение 2020–2022 гг. имела тенденцию к уменьшению, так в целом в период с 2020 по 2022 гг. она снизилась на 13459 тыс. тенге и составила в 2022 г. 126691 тыс. тенге.

Уровни показателей рентабельности коммерческой деятельности в исследуемой организации отражены в таблице 2.

Таблица 2

Показатели рентабельности коммерческой деятельности  
в исследуемой организации, %

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Изменение (+/-)
Рентабельность деятельности	37,9	36,2	33,7	-4,2 п.п.
Рентабельность продаж	27,5	26,6	25,2	-2,3 п.п.

За 2020–2022 гг. уровень рентабельности деятельности исследуемой организации снизился на 4,2 пункта и составил в 2022 г. 33,7%., рентабельность продаж уменьшилась в течение указанного периода на 2,3 процентных пункта и составила в 2022 г. 25,2%.

Как показала проведенная оценка коммерческой деятельности исследуемой организации, к снижению ее эффективности привел ряд проблем, систематизация которых отражена в таблице 3.

Таблица 3

Проблемы и мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности исследуемой организации

Основная проблема	Подпроблемы	Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности
Ежегодное снижение эффективности коммерческой деятельности исследуемой организации	Низкая эффективность продвижения продукции	- Запуск контекстной рекламы и поисковой (SEO) оптимизации на Яндекс.Директ, рекламы на бесплатных интернет-сайтах, таргетированной рекламы в социальных сетях, - использование новых подходов в работе с клиентами и их обслуживании (формирование определенной последовательности действий менеджера, как при самостоятельном обращении клиента, так и при предложении продукции потенциальному клиенту, взаимодействие предприятия и клиента во время составления плана закупок, заблаговременное согласование маркетинговой активности, включение в общее информационное поле компаний, поставляющих товар предприятия, разделение клиентов на группы).
	Неизвестность торговой марки и только формируемый имидж предприятия	
	Низкая степень обновляемости товарного ассортимента	- Включение на основе выявленных потребностей в товарный ассортимент новых ассортиментных групп, - наделение менеджеров дополнительными обязанностями по поиску новых каналов сбыта продукции (путем корректировки системы мотивации менеджеров предприятия).
	Отсутствие мероприятий по поиску новых каналов сбыта продукции	
Совокупный экономический эффект – рост эффективности коммерческой деятельности исследуемой организации		

Реализация предложенных мероприятий позволит решить выявленные в ходе оценки коммерческой деятельности исследуемой организации проблемы и повысить ее эффективность.

***Список литературы***

1. Пасечко Л.А. Теоретические аспекты коммерческой деятельности в розничной торговле / Л.А. Пасечко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15057064> (дата обращения: 03.12.2023).

2. Баранова Н.А. Оценка управления товарным ассортиментом организации / Н.А. Баранова, Д.А. Мазаник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49175149> (дата обращения: 03.12.2023).