Оценка функционирования ОАО «Веста» свидетельствует о достаточно высокой эффективности деятельности этого предприятия, с точки зрения эффективности использования торгового потенциала, эффективности финансовой деятельности, высоком уровне экономического развития.

УДК 339.37

Студ. Голова Н.С.,
доц. Дём О.Д.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В настоящее время от степени эффективности коммерческой деятельности организации зависит ее конкурентоспособность и устойчивость финансового состояния. Для разработки методики по оценке эффективности коммерческой деятельности было выбрано предприятие ОАО «Веста», которое является лидером среди предприятий розничной торговой сети г. Витебска (удельный вес товарооборота предприятия в общем объеме розничного товарооборота по городу составляет 22,59% или 2 667,18 млн.р.). Проведенное анкетирование среди экономистов ОАО «Веста» показало, что на предприятии анализируется только результативность деятельности всего общества, однако не учитывается реальный вклад каждого магазина в итоговый результат.

Для выбора показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности, была проведена сравнительная характеристика аналогичных методик ряда авторов: Ф.Г. Панкратова, С.Н. Виноградовой, А.Н. Соломатина, Ф.П. Половцевой, Л.В. Осиповой, О.Г. Аниськович, О.В. Пигуновой, Г. Шиханцова. Сравнение показало, что у одних авторов наблюдается чрезмерное количество коэффициентов (С.Н. Виноградова), у других их явно недостаточно (Л.В. Осипова, О.Г. Аниськович).

Нами предлагаются следующие критерии оценки коммерческой деятельности предприятий розничной торговли: объем товарооборота, величина товарооборота на 1 работника, скорость оборота товарных запасов, величина валового дохода, затратоотдача, рентабельность реализации и рентабельность издержек обращения. Указанные коэффициенты характеризуют эффективность коммерческой деятельности, так как отражают эффективность использования товарных запасов, трудовых ресурсов, учитывают результативность деятельности. Для рейтинговой оценки магазинов рекомендуется применять нормированную матрицу показателей. Внедрение данной методики оценки эффективности коммерческой деятельности при условии автоматизации всех расчетов позволит стимулировать труд работников розничных торговых предприятий.

УДК 339.138

Земская А.И., Сатыбаев Р.Р.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ РУПП «ВИТЯЗЬ»

При изучении фирменного стиля РУПП «Витязь» преследовались следующие цели:

- выявление отношения потребителей к фирменному стилю РУПП «Витязь», а также особенностей его восприятия;
- изучение степени узнаваемости и привлекательности фирменного стиля РУПП «Витязь» для потребителей;
- определение степени влияния фирменного стиля и его элементов на их выбор.

В качестве объектов исследования выступили потребители телевизоров «Витязь», различных ценовых сегментов. Была сформирована квотная выборка в размере 100 человек. Для создания этих квот мы зафиксировали контрольные характеристики, относящиеся к предмету исследования, и определили их распределение в изучаемой совокупности. В роли кон-