

Содержание:

Введение

В условиях рыночной экономики одним из ключевых элементов организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности. Коммерция в сфере товарного обращения – это совокупность коммерческих операций и процессов, направленных на эффективную куплю-продажу и доведение товаров до потребителей с ориентацией на спрос и получение реальной прибыли.

Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникших в результате разделения труда. Она заключается в выполнении ряда торгово-организационных операций, направленных на процесс купли-продажи товаров и оказание торговых услуг с целью получения прибыли. От эффективности организации этих процессов зависит рентабельность торговых организаций.

Коммерческая деятельность – неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги. Под ней следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли. При закупке и поставке товаров изучается рынок, устанавливаются хозяйственные связи с поставщиками, осуществляются коммерческие операции, направленные на коммерческие сделки, заключение контрактов и товарно-денежный обмен. Коммерческая работа должна сопровождаться коммерческими действиями и решениями исходя из условий конкретной внешней среды и конъюнктуры рынка. При выполнении коммерческих функций следует основываться на экономических законах рынка, финансовой политике и коммерческом праве.

В условиях рынка торговые предприятия устанавливают принципиально новые отношения с партнерами, действуют свойственные рыночной экономике регуляторы, вырабатываются коммерческие принципы, направленные на целенаправленную куплю-продажу товаров. Руководитель-администратор обязан стать еще и руководителем-коммерсантом, владеть основами современного

хозяйствования и коммерческого предпринимательства. Умелое и грамотное ведение коммерческой деятельности в сочетании с желанием служить своему делу становится основой труда коммерческих работников. Активность, предприимчивость, оправданный риск – неперенные признаки коммерческих действий.

В последние годы, несмотря на значительные сложности в становлении и развитии российского рынка, происходит постепенное укрепление экономической, материальной и правовой базы для повышения заинтересованности промышленных предприятий и оптово-посреднического звена в формировании рыночной деятельности. Коммерческая деятельность оказывает непосредственное влияние на эффективное производство и воздействует на различные показатели деятельности предприятия: объем реализации товара, уровень коммерческих издержек, показатели оборачиваемости и ряд других.

Торговля является одной из крупнейших отраслей экономики любой страны, как по объему деятельности, так и по численности занятого в ней персонала, а предприятия этой отрасли являются наиболее массовыми. Деятельность торговых предприятий связана с удовлетворением потребностей каждого человека, подвержена влиянию множества факторов и охватывает широкий спектр вопросов организационно-технологического, экономического и финансового характера, требующих повседневного решения.

Розничная торговля как сфера деятельности обеспечивает нормальное функционирование потребительского рынка. Ей присуща важная роль в решении социально-экономических проблем экономики, ее деятельность стимулирует развитие производства в целом и, в том числе, производство товаров и оказание услуг.

В ходе реформирования экономики розничная торговля в последнее время претерпела ряд значительных положительных структурных изменений, создавших базу для становления рыночных отношений. Прежде всего, изменились организационно-правовые формы и виды предприятий розничной торговли. На смену монопольной системе государственной торговли приходит система свободного предпринимательства, основанная на самостоятельности и независимости хозяйствующих субъектов.

Объектом курсовой работы является розничное предприятие ООО «Магия Золота». Основной вид деятельности исследуемого предприятия – розничная продажа

ювелирных изделий на потребительском рынке.

Предметом работы является коммерческая деятельность в розничной торговле.

Цель работы – разработка рекомендаций по совершенствованию коммерческой деятельности для розничного предприятия ООО «Магия Золота».

Исходя из поставленной цели предполагается **решить ряд следующих задач:**

1. Рассмотреть теоретические и методологические основы организации и совершенствования коммерческой деятельности в розничной торговле.
2. Провести анализ организации коммерческой деятельности на примере розничного предприятия ООО «Магия Золота».
3. Разработать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности в розничной торговле предприятия ООО «Магия Золота»

В первой главе рассмотрим теоретические аспекты коммерческой деятельности в розничных предприятиях. В частности, рассмотрены понятие коммерческой деятельности и ее содержание в розничной торговле. Также рассматриваются особенности коммерческой работы на розничном рынке, основные задачи коммерческой деятельности в розничных предприятиях на современном этапе.

Во втором разделе работы проведен анализ организации коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота», проведен анализ основных экономических показателей предприятия, анализ конкурентоспособности, анализ факторов внешней и внутренней среды объекта исследования.

В третьем разделе на основе результатов анализа выявляются возможности совершенствования коммерческой деятельности и разрабатываются мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота». Произведен расчет экономического эффекта от внедрения предложений на практике.

В заключении сделаны выводы по работе.

Глава 1. Коммерческая деятельность в розничных торговых предприятиях

- 1.

Понятие коммерческой деятельности и ее содержание в розничной торговле.

Коммерческой деятельностью можно признать все покупки товаров, совершаемые или в целях их последующей продажи в том же виде или после их обработки и доведения до необходимых свойств, кондиций, качества, или даже просто в целях сдачи их в аренду.

Коммерческим можно назвать предприятие, деятельность которого состоит как в добыче (извлечении), производстве, так и просто покупке и последующей продаже (в обмен на деньги или другие товары) с целью получения в конечном итоге дохода (выгоды, прибыли).

Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникших в результате разделения труда. Она заключается в выполнении ряда торгово-организационных операций, направленных на процесс купли-продажи товаров и оказание торговых услуг с целью получения прибыли.

В отечественной экономической литературе существуют различные определения коммерческой деятельности. Приведем наиболее распространенные из них:

- коммерция – «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» (согласно определению из Толкового словаря В.И. Даля);
- коммерческая деятельность – товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса;
- коммерческая деятельность – особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты торгового предприятия;
- коммерческая деятельность – это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей;
- коммерческая деятельность – комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;

- коммерческая деятельность – оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли.

Термин «коммерция» (от лат. *commercium* – торговля) имеет двойное значение: в одном случае он охватывает отрасль торговли, в другом – торговые процессы, направленные на активизацию и осуществления купли-продаж товаров. Традиционно коммерческая деятельность связана со вторым значением коммерции.

В качестве **субъектов** коммерческой деятельности выступают как юридические, так и физические лица, наделенные правом ее совершения. **Объектами** коммерческой деятельности на потребительском рынке являются товары и услуги.

Основными принципами коммерческой деятельности являются:

- соблюдение действующего законодательства;
- высокая культура обслуживания покупателей;
- оптимальность коммерческих решений;
- доходность, прибыльность.

Переход от административно-командной системы к рыночной системе хозяйствования потребовал перестройки коммерческой деятельности. В современных условиях она должна строиться на основе принципов полного равноправия торговых агентов, строгой материальной и финансовой ответственности сторон за выполнение принятых обязательств.

Коренным образом изменилась правовая база коммерческой деятельности, чему, в первую очередь, способствовало принятие в 1993 году Конституции Российской Федерации, введение в действие нового Гражданского кодекса Российской Федерации, а также принятие других законов и нормативных актов, регламентирующих коммерческую деятельность торговых организаций и предприятий, физических лиц, имеющих на это право. При этом существенно расширился круг коммерческих структур, появились их новые организационно-правовые формы.

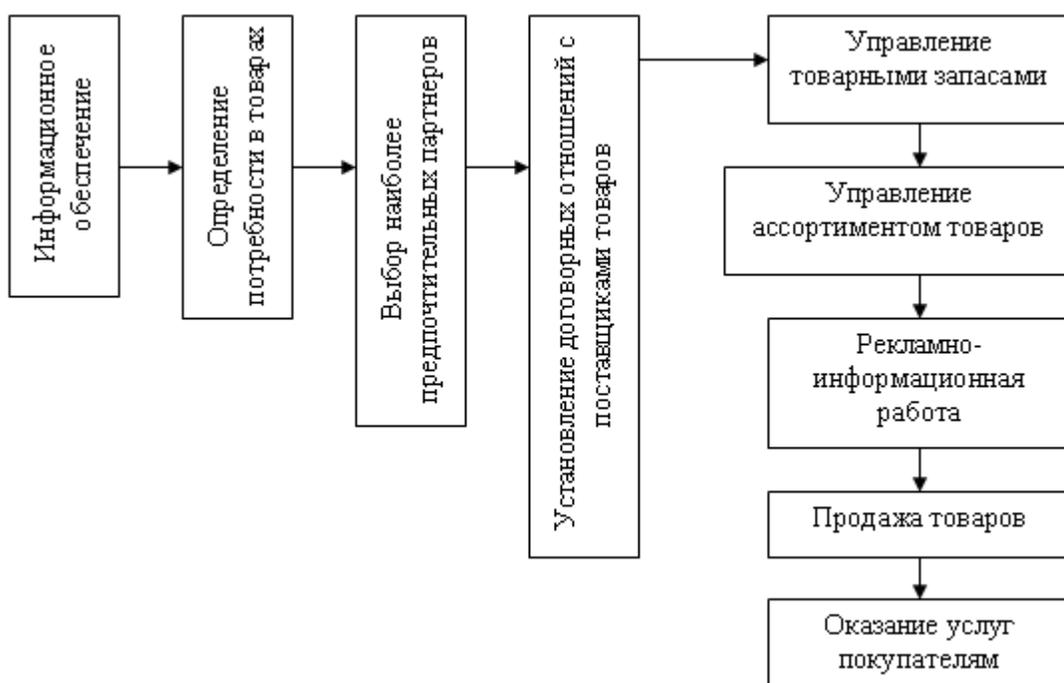
Коммерческие службы предприятий должны формировать свои отношения с партнерами на взаимовыгодной основе, вовлекая в товарооборот продукцию предприятий-изготовителей и других поставщиков различных форм собственности, а также граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью,

зарубежных поставщиков.

Операции, связанные с осуществлением коммерческой деятельности, условно можно разделить на ряд блоков (рис.1.1).

В каждый из них входят операции, выполняемые на соответствующем этапе коммерческой деятельности. При этом следует отметить, что коммерческая деятельность, осуществляемая структурами, занимающимися оптовой торговлей, в значительной степени отличается от коммерческой деятельности розничных торговых предприятий. Это особенно характерно для операций, связанных с формированием ассортимента и продажей товаров.

Рис.1.1 Содержание коммерческой деятельности



Разные толкования коммерции определяются ее многоаспектностью. Категорию коммерции можно рассматривать с позиций предпринимателя, экономиста, финансиста, товароведа и до. Несмотря на отмеченные различия, многие исследователи сходятся во мнении, что предметами коммерции служат купля-продажа товаров в сфере товарного обращения с учетом удовлетворения запросов потребителей, поступление их в собственность торгового предприятия для последующей реализации.

Реформирование в торговле и переориентацию торговых предприятий на коммерческую деятельность следует осуществлять с учетом ряда обстоятельств.

Во-первых, происходящие экономические перемены, особенности переходного периода обуславливают новые, отличные от прежних менталитет и покупательное поведение россиян. Во-вторых, все элементы макро- и микросистемы должны работать как единый и слаженный механизм, обеспечивающий становление и развитие торговых предприятий, действующих в новых условиях хозяйствования. В-третьих, рыночные преобразования в торговле необходимо проводить в соответствии с экономическими принципами рыночной системы, утвердившимися в мировой практике.

Любая деятельность, в том числе и коммерческая, имеет определенную направленность и организуется для достижения поставленных целей, которые можно назвать целями функционирования. Являясь атрибутом рынка, коммерция формируется на его принципах, которые служат неременным условием ее развития. Рынок выступает как система экономических отношений между продавцами и покупателями, основой которых является купля-продажа товаров, т.е. коммерческая деятельность. Ее цель – *увеличение доходов в торговле при условии удовлетворения спроса покупателей.*

Торговля, удовлетворяя нужды и запросы потребителей, является конечным звеном деятельности субъектов рынка. Особая роль принадлежит коммерческой деятельности, связанной с выполнением комплекса мер по доведению товаров от производителя до потребителя.

Цели коммерческой деятельности определяют ее содержание:

- установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка;
- изучение и анализ источников закупки товаров;
- согласование связи производства с потреблением товаров, ориентированных на спрос покупателей (ассортимент, объем и обоснование выпускаемой продукции);
- осуществление купли и продажи товаров с учетом рыночной среды;
- расширение существующих и перспективное развитие целевых рынков сбыта товаров;
- сокращение издержек обращения товаров.

1.2 Особенности коммерческой работы на розничном рынке

Деятельность розничного торгового предприятия связана с реализацией продукции конечному потребителю, что является завершающим этапом ее продвижения из сферы производства. Предметом розничной торговли является не только продажа товаров, но и торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг покупателям. Для покупателей торговое обслуживание определяется имиджем предприятия, удобством и минимальными затратами времени на совершение покупки. Оказываемые услуги сопровождаются покупкой товаров и, кроме того, послепродажным сервисным обслуживанием реализованных товаров. Следовательно, процесс розничной торговли складывается из целенаправленной продажи товаров, обслуживания покупателей, торговых и послепродажных услуг.

Функции розничной торговли определяются ее сущностью и заключаются в следующем:

- удовлетворение потребностей населения в товарах;
- доведение товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
- поддержание баланса между предложением и спросом;
- воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема продаж;
- совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей.

На предприятиях розничной торговли коммерческие операции имеют свою специфику, что особенно касается операций, следующих за оптовыми закупками товаров, управления товарными запасами и управления ассортиментом товаров. Свою специфику имеет и рекламно-информационная деятельность, услуги предприятий розничной торговли.

Поскольку в розничной торговой сети завершается процесс доведения товаров от производства до потребителя, то коммерческая деятельность, связанная с розничной продажей товаров, является наиболее ответственной, т.к. на этом этапе приходится иметь дело с конечным потребителем товара. Поэтому очень важно не только предложить розничному покупателю широкий выбор высококачественных товаров, обширный перечень услуг, но и использовать при этом современные, удобные для покупателя методы продажи, прогрессивные системы расчета за покупки и т.д.

В зависимости от предназначения продукции предусматриваются следующие виды ее реализации:

- *интенсивная* – при продаже товаров повседневного спроса;
- *нацеленная* – при продаже товаров конкретной группе покупателей;
- *единая* – при продаже товаров в основном для всех покупателей, характеризуется широким воздействием рекламных мер;
- *прямая* – при продаже средств производства и сырья;
- *селективная* – при продаже обычно престижных товаров, требующих специального сервисного обслуживания или установки дополнительных комплектующих изделий повышенного спроса.

Торговое предприятие, выходя на потребительский рынок, где в конкурентной борьбе осуществляется продажа товаров, должно соблюдать определенные правила, основное из которых гласит: чем лучше будут учитываться возможности и пожелания покупателей, тем больше можно продать товаров и ускорить их оборачиваемость.

Реализовав товар и получив заданную прибыль, торговое предприятие достигает своей цели. По своему экономическому содержанию затраченный капитал, который привлекается в качестве оборотных средств, должен компенсироваться продажей товаров. В условиях рынка необходимо реально оценить динамику и адекватность отдачи денежных активов, вкладываемых в товарно-материальные средства розничным торговым предприятием.

Задачами розничного торгового предприятия в новых условиях хозяйствования являются:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;
- определение ассортиментной политики;
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;
- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

При этом особое внимание уделяется взаимодействию розничного торгового предприятия с производителями товаров и оптовыми предприятиями. Все эти составляющие в совокупности образуют технологическую цепочку в процессе доведения продукции до конечного покупателя.

Исходя из задач розничной торговли коммерческая работа розничного предприятия осуществляется в следующих направлениях:

- формирование необходимого ассортимента товаров в рамках покупательского спроса;
- развитие закупочной деятельности;
- организация хозяйственных связей с поставщиками;
- осуществление процесса купли-продажи товаров, сопровождаемого коммерческими сделками, товарно-денежным обменом;
- обеспечение устойчивых конкурентных позиций при решении коммерческих задач.

Коммерческая деятельность в розничной торговле должна развиваться с учетом происходящих изменений в экономике переходного периода. Для достижения этой цели может служить целевая программа стратегического планирования коммерческой деятельности розничного торгового предприятия. Она является экономическим обоснованием развития предприятия на коммерческой основе, позволяет оценить собственные потенциальные возможности, содержит контрольные показатели в решении коммерческих задач, обеспечивает формирование финансовых.

Функциональная ориентация на рыночный характер хозяйствования становится исключительной компетенцией торговых предприятий: свободный выбор партнеров, независимость, полная финансовая самостоятельность, материальная и моральная ответственность за коммерческую деятельность. Розничная торговля имеет свою торговую сеть, структуру магазинов, особенности ведения коммерческой работы.

Розничные торговые предприятия можно классифицировать по следующим основным признакам:

- по видам и особенностям устройства;
- по типу предприятия;
- по форме обслуживания покупателей;
- по типу здания и особенностям его объемно-планировочного решения;
- по функциональным особенностям предприятия.

По видам и особенностям устройства предприятия розничной торговли подразделяют на магазины, магазины-склады, павильоны, палатки, автомагазины и др.

Примерно 90% сети предприятий розничной торговли приходится на долю *магазинов*. Они располагают набором помещений и оборудованием, необходимым для выполнения разнообразных торгово-технологических операций. Размещены магазины в капитальных стационарных зданиях.

Магазины-склады осуществляют торговлю строительными материалами и топливом. Они имеют благоустроенные площадки, навесы и складские помещения для строительных материалов и топлива, а также помещения для товарных образцов, торговли хозяйственными товарами и оформления продажи строительных материалов и других товаров.

Павильоны, палатки, ларьки и киоски представляют собой сооружения легкой конструкции и относятся к мелкорозничной торговой сети. В отличие от магазинов они предлагают более узкий ассортимент товаров и меньше удобств при обслуживании покупателей.

Автомгазины и другие средства передвижной торговли используют для обслуживания жителей небольших населенных пунктов, а также в местах большого скопления людей (рынки, вокзалы).

В зависимости от ассортиментного профиля и торговой площади розничные торговые предприятия подразделяются на такие типы:

- универмаги;
- специализированные магазины;
- универсамы;
- минимаркеты;
- гипермаркеты.

В зависимости от формы обслуживания покупателей это могут быть: предприятия мелкорозничной торговли (павильоны, палатки, ларьки, киоски); предприятия развозной торговли (автомгазины, судомагазины, разноски); предприятия посылочной торговли; предприятия фирменной торговли (розничные фирменные магазины); предприятия комиссионной продажи; предприятия, организующие торговлю в виде сезонной ярмарки или распродажи; предприятия торговли по предварительным заказам.

По типу здания и особенностям объемно-планировочного решения розничные торговые предприятия подразделяются на:

- одноэтажные; - с подвальным помещением;

- многоэтажные. - без подвального помещения.

По расположению торговые предприятия подразделяются:

- выполненные в виде отдельно стоящих зданий;
- встроенные в здания;
- пристроенные;
- торговые комплексы.

По функциональным особенностям предприятия они бывают в виде:

- стационарных объектов;
- передвижных объектов;
- сезонных торговых объектов;
- посылочных торговых объектов;
- комплексных торговых объектов.

Итак, основными целями коммерческой работы на розничном рынке заключаются в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка. Этому способствуют новые условия хозяйствования предприятий розничной торговли. Коммерческие работники имеют большие возможности для проявления самостоятельности, коммерческой инициативы и предприимчивости. Коммерческой деятельности должен быть присущ высокий динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и внешней среде, ресурсном потенциале, технологии торговли, финансовом состоянии, что составляет основу функционирования розничного предприятия.

1.3 Задачи коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли на современном этапе

Основными задачами коммерческой деятельности розничных предприятий являются:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;
- определение ассортиментной политики;
- создание хозяйственных связей;
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;
- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

Коммерческая деятельность торгового предприятия должна базироваться на исследованиях рынков товаров: анализ рыночных процессов, изучение спроса и предложения на товары, причинно-следственных связей, характера и предпосылок развития целевых рынков. Первая задача – оценка рыночного окружения: состояние реальной конъюнктуры рынков, конкурентная стратегия и коммерческие условия, вторая задача – выявление структуры спроса и предложения, их сочетания и сбалансированность, третья – выработка альтернативных решений по обследуемым объектам и их использование в прогнозируемом периоде.

Стабильность розничной торговли определяется рациональностью, полнотой и устойчивостью ассортимента товаров. От состава и обновляемости ассортимента непосредственно зависят рост товарооборота и ускорение реализации товаров. Отсутствие в торговле нужных товаров, их узкий, нестабильный или несоответствующий запросам потребителей ассортимент порождает неудовлетворенный спрос, что отрицательно сказывается на эффективности торговли.

Велика роль ассортиментной политики в конкурентном соперничестве. Чем больше в продаже разных наименований, удовлетворяющих потребности покупателей, тем сильнее конкурентные позиции торгового предприятия в рыночной торговле. Торговому ассортименту присуще такое понятие, как сбалансированность. Сбалансированным является ассортимент, сочетающий различные виды и разновидности товаров в группе и разные группы товаров в розничном торговом предложении. Товарный ассортимент формируется на основе спроса и предназначения целевых рынков товаров. Спрос покупателей и ассортиментная номенклатура взаимосвязаны. Изменения в спросе сопровождаются изменениями в ассортименте и отражаются на его сбалансированности.

Задача формирования товарного ассортимента заключается в установлении в определенном порядке конкретной номенклатуры товаров, образующих

необходимую их совокупность для розничной торговли.

Особенной задачей в розничной торговле в отличие от оптовой торговли является организация продажи и обслуживания покупателей. От уровня обслуживания покупателей во многом зависит эффективность торговли. Требования, предъявляемые к торговому обслуживанию, установлены Федеральным законом «О защите прав потребителей» от 9 января 1996г. №2-ФЗ и Кодексом РСФСР об административных нарушениях.

Качество торгового обслуживания неразрывно связано с таким понятием, как «культура торговли». Культура торговли определяется прежде всего развитием материально-технической базы предприятий, использованием информационно-компьютерных технологий, прогрессивных форм продажи и методов обслуживания, соблюдением правил стандартизации, установлением удобного для покупателей режима работы торговых предприятий, имиджем магазина, рекламной товаров и стимулированием их продаж.

Эффективность работы магазинов и качество обслуживания покупателей во многом зависит от рационального размещения товаров в торговом зале. Размещение товаров в торговом зале магазина осуществляется с учетом следующих требований:

- предоставить покупателям ориентиры в размещении комплексов, микрокомплексов и товарных групп и совершения покупки в минимально короткий срок
- создать условия комфортности во время пребывания покупателей в магазине
- предоставить покупателям необходимую информацию некоторых услуг
- оптимально использовать торговые площади магазина
- обеспечить сохранность материальных ценностей
- организовать систему рациональных товарных потоков и расчетных операций с покупателями

В условиях рынка торговым предприятиям приходится самостоятельно решать многие сложные вопросы, связанные с коммерческой деятельностью, что приводит к серьезным ошибкам и отрицательным последствиям, поскольку недостаточно полагаться только на собственный опыт, здравый смысл и интуицию. Для осуществления коммерческой деятельности требуются глубокие знания ее основ и их разумное практическое применение. Поэтому разработка *практических рекомендаций* по организации и ведению коммерческой работы в торговом

предприятию, в особенности в переходный период, имеет актуальное значение.

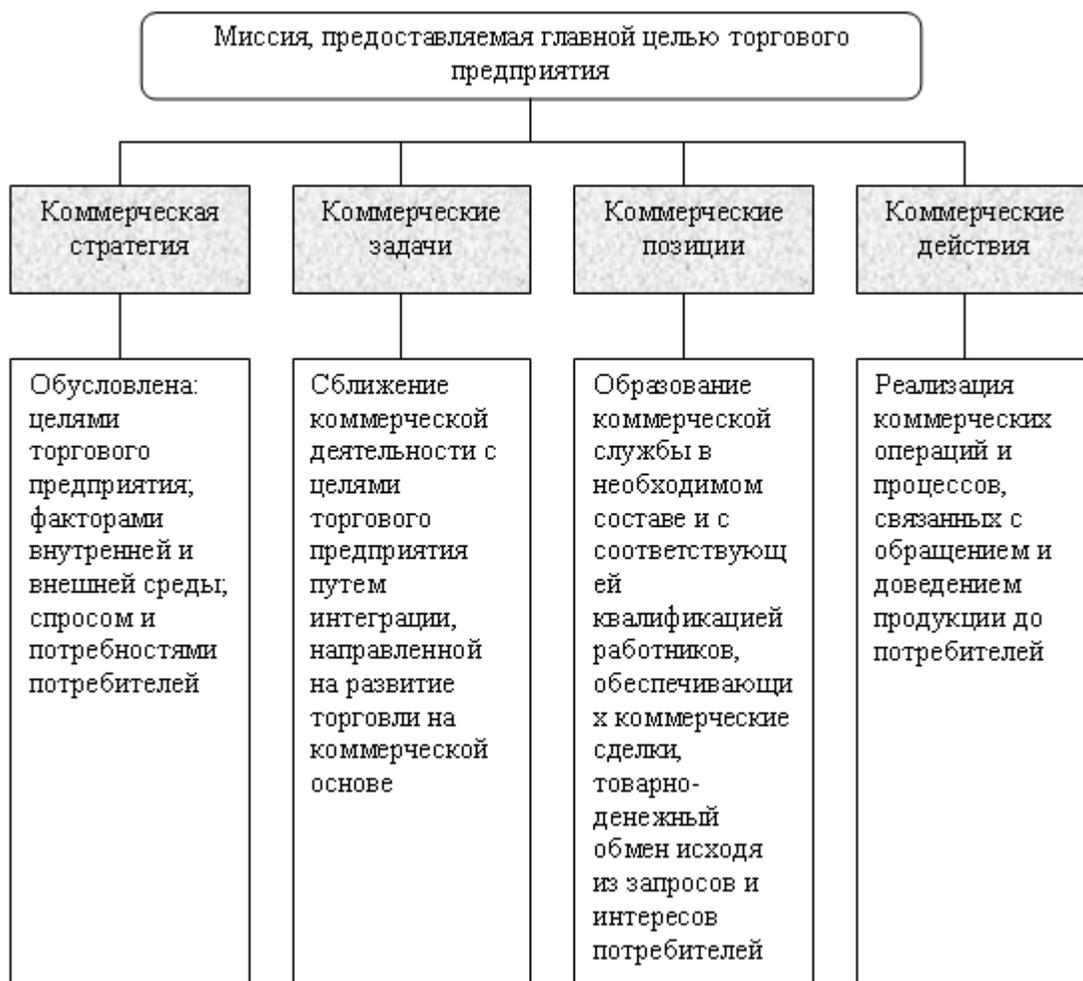
В современной обстановке невозможно добиться положительных результатов в торговле, пока коммерческой деятельностью не будет пронизана вся сфера этой отрасли. Особая роль в коммерческой деятельности принадлежит коммерческим операциям, связанным с обращением и доведением товаров до потребителей. Для этого требуются координация и взаимодействие торгового предприятия со смежными и территориальными коммерческими структурами. Необходимо также учитывать ситуацию в отрасли, регионе и в целом по стране.

На основе обобщения положительного опыта можно выделить отправные положения в решении коммерческих задач торговым предприятием, к которым относятся:

- четко сформулированная цель торгового предприятия и соответствующая область коммерческой деятельности
- образование обоснованной организационной структуры коммерческой службы и обеспечение ее взаимодействия с функциональными службами торгового предприятия
- осуществление коммерческих сделок, товарно-денежных и товарно-обменных операций по купле-продаже с учетом спроса потребителей
- поиск и заполнение смежных и ранее не охваченных целевых рынков товаров
- информационно-компьютерное обеспечение, позволяющее оперативно принимать решения и управлять коммерческими процессами
- в условиях нестабильности и непредсказуемости конъюнктуры рынка противостояние коммерческим рискам
- обучение персонала коммерческой службы, направленное на изучение экономики рынка, основ коммерции, ведения коммерческого дела
- анализ и оценка проводимой коммерческой работы

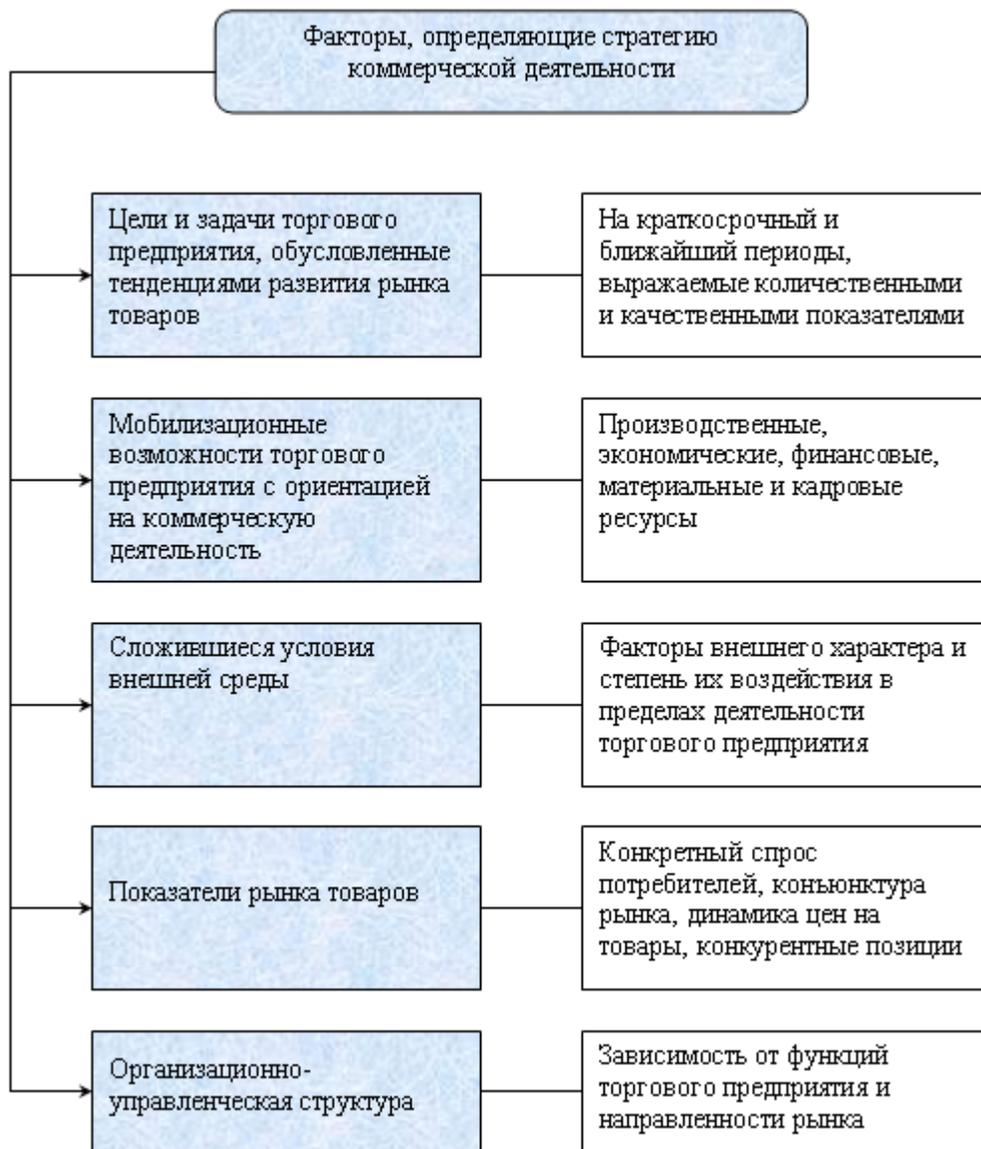
Коммерческая деятельность торгового предприятия представляет собой механизм со свойственными ему элементами, которые приведены на рис.1.2 Коммерция тогда достигает результативности, когда имеет четко выраженную стратегию, цели и интегрирована с общим процессом торгового предприятия. Коммерческая деятельность явно проявляется в условиях рынка. Она является его динамичной и движущей силой, поскольку направлена на сокращение издержек торгового предприятия, увеличения объема реализации продукции, отстаивание интересов покупателей.

Рис. 1.2 Совокупность взаимодействующих элементов коммерческой деятельности торгового предприятия



На рис.1.3 представлена модель формирования стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия. С учетом предусмотренных в модели факторов строится стратегия коммерческой деятельности.

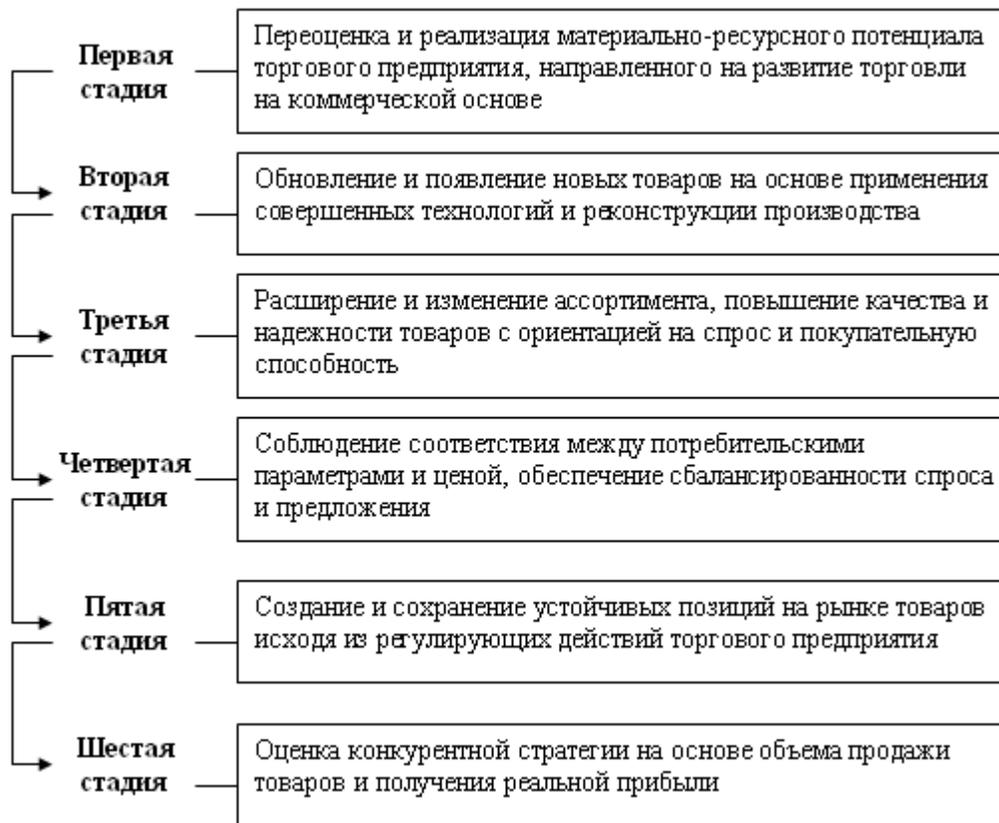
Рис. 1.3 Модель формирования стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия



С переходом к рынку роль торговли неуклонно возрастает. Она должна способствовать росту производства продукции, более полному удовлетворению потребностей населения, успешному развитию экономических процессов, свойственных рынку.

Все способы и методы, связанные с поддержанием конкуренции, предопределяются вырабатываемой конкурентной стратегией исходя их возможностей торгового предприятия и ситуации рыночной среды. Конкурентная стратегия представляет собой систему регулирующих действий торгового предприятия, направленных на удовлетворение запросов и интересов покупателей и получение реальной прибыли. На рис.1.4 приведена модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке товаров. Она включает шесть стадий (*задач*), которые между собой взаимосвязаны.

Рис.1.4 Модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке товаров



Итак, в заключение первой главы сделаем следующие выводы.

Коммерческая деятельность – неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги. Под ней следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли. При закупке и поставке товаров изучается рынок, устанавливаются хозяйственные связи с поставщиками, осуществляются коммерческие операции, направленные на коммерческие сделки, заключение контрактов и товарно-денежный обмен. Коммерческая работа должна сопровождаться коммерческими действиями и решениями исходя из условий конкретной внешней среды и конъюнктуры рынка. При выполнении коммерческих функций следует основываться на экономических законах рынка, финансовой политике и коммерческом праве.

Торговля, удовлетворяя нужды и запросы потребителей, является конечным звеном деятельности субъектов рынка. Особая роль принадлежит коммерческой деятельности, связанной с выполнением комплекса мер по доведению товаров от производителя до покупателя. Основными ее задачами являются: изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность; определение ассортиментной политики; формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия; обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

Глава 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «МАГИЯ ЗОЛОТА»

2.1 Общая характеристика организационно-хозяйственной деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота»

ООО «Магия Золота» создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, зарегистрирован межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №5 по Челябинской области 2 июня 2008 года на основании Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»

В своей коммерческой деятельности ООО «Магия Золота» руководствуется законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ», Гражданским кодексом Российской Федерации, действующим законодательством Российской Федерации. Общество с ограниченной ответственностью «Магия Золота» осуществляет деятельность в соответствии с Уставом.

ООО «Магия Золота» вправе осуществлять свою деятельность на территории Российской Федерации и за ее пределами. Организация может осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом. Отдельными видами деятельности, установленными законом, розничное предприятие вправе

заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Для обеспечения деятельности общества согласно законодательству создается уставный капитал, размер уставного капитала организации составляет 30 тыс. руб., который образован в лице единственного учредителя общества – Куропятник Марины Юрьевны. Куропятник М.Ю. является директором общества с ограниченной ответственностью «Магия Золота».

ООО «Магия Золота» осуществляет розничную продажу ювелирных изделий широкого ассортимента колец, серег, браслетов, часов и цепочек из золота и серебра, а также украшений с бриллиантами. Розничное предприятие успешно работает и развивается на потребительском рынке ювелирных изделий.

Главная цель розничного предприятия ООО «Магия Золота» – обеспечение потребителей современным, качественным ювелирными изделиями и получение прибыли от коммерческой деятельности.

Основными видами деятельности предприятия являются:

- розничная торговля ювелирными изделиями из золота и серебра
- розничная торговля ювелирными изделиями со вставками бриллиантов и других драгоценных и полудрагоценных камней
- оказание услуг по ремонту ювелирных изделий.

Ювелирные изделия, реализуемые в магазине «Магия Золота» представлено широким ассортиментом, классификация которого рассмотрена на рисунке 2.1, и изготовлено из классического материала – золота и серебра.

Рис. 2.1 – Ассортимент магазина «Магия Золота»



При подборе ассортимента ювелирных изделий основной акцент делается на ассортимент женских изделий, в связи с тем, что основными потребителями ювелирной продукции являются женское население. Розничное предприятие «Магия Золота» в 2015 году сократило ассортимент импортных ювелирных изделий и расширило ассортимент ювелирных изделий отечественных производителей. Это связано с тем, что в 2015 году цены на импортные ювелирные изделия увеличились почти на 50%.

Розничное предприятие «Магия Золота» в 2014 году с целью расширения сферы деятельности открыло ювелирную мастерскую.

Ювелирная мастерская предоставляет следующие виды услуг:

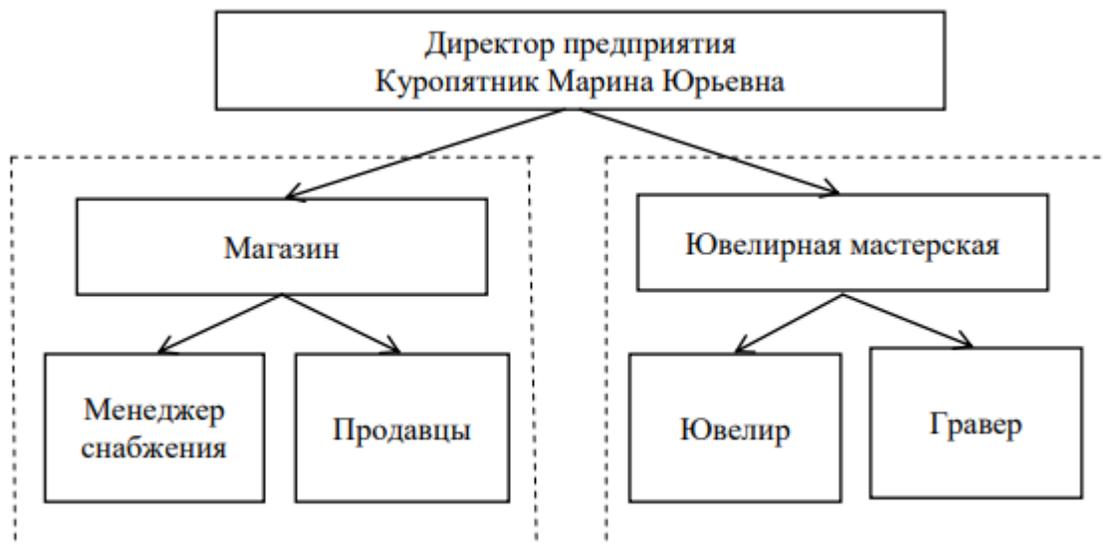
- родирование ювелирных изделий
- закрепка, замена ювелирных вставок (камней)
- ремонт бижутерии и перетяжка бус
- ремонт и чистка столового серебра
- подгонка колец по размеру
- пайка цепей
- замена и установка замков на цепях, браслетах и серьгах
- закрепка ювелирных вставок (драгоценных камней)
- бесплатная подгонка по размеру изделий, купленных в магазине «Магия Золота».

Ювелирная мастерская является не только источником дополнительной прибыли, но и повышает конкурентоспособность магазина «Магия Золота», т.к. потребитель может в одном месте приобрести товар и получить услуги по уходу за ним. Кроме того, некоторые услуги покупателям изделий магазина «Магия Золота» предоставляются бесплатно.

Розничное предприятие ООО «Магия Золота» за 11 лет своей хозяйственной деятельности сформировало упорядоченную организационную структуру. В связи с тем, что предприятие занимается не только розничной продажей ювелирных изделий, но и самостоятельно осуществляет функции ювелирной мастерской (производственный процесс), руководством предприятия было решено использовать дивизиональную организационную структуру. Дивизиональная организационная структура управления предполагает функционирование нескольких самостоятельных подразделений, каждое из которых имеет свою сферу деятельности, самостоятельно решает текущие хозяйственные вопросы, при этом все подразделения объединены между собой и с общим центром финансовыми и административными связями.

Дивизиональная организационная структура ООО «Магия Золота» представлена на рисунке 2.2.

Рис. 2.2 – Дивизиональная организационная структура ООО «Магия Золота»



Магазин представлен следующими сотрудниками: менеджер по снабжению ювелирными изделиями; продавцы. Основными функциями менеджера снабжения являются:

- поиск поставщиков ювелирных изделий, заключение договоров на поставку
- оптимизация закупочной деятельности.

Ювелирная мастерская состоит из двух мастеров: ювелир и гравер. Ювелирные мастера, в силу своего профессионализма, часто помогают покупателям в выборе ювелирных изделий. Это связано с тем, что некоторые потребителю больше доверяют мнению профессиональному ювелиру, чем продавцу.

Ответственность за соблюдение технологических процессов приемки, правильность и своевременность составления товаросопроводительной документации, сохранность товарно-материальных ценностей и торгового оборудования, соблюдение правил техники безопасности и пожарной безопасности возлагается на директора предприятия.

Ответственность за соблюдение технологических процессов работы с ювелирными изделиями в части выкладки, оформление ценников, сохранность товарно-материальных ценностей возлагается на продавцов.

Трудовые отношения с работниками основываются на положениях трудового законодательства РФ, внутренних нормативных документов и закрепляются в трудовых договорах. Функции, права и обязанности персонала изложены в должностных инструкциях, утвержденных руководителем предприятия. Должностные инструкции на работающий персонал разработаны с учетом соблюдения требований стандарта, единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, особенностей работы данного предприятия, действующих законов и иных нормативно правовых актов и нормативных документов.

2.2 Анализ основных показателей деятельности предприятия.

Для того чтобы розничное торговое предприятие успешно функционировало, необходимо проводить анализ ее экономических показателей. Проводя систематический анализ экономических показателей, можно быстро, качественно и профессионально оценивать результативность коммерческой деятельности розничного предприятия, точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получение прибыли по конкретным видам реализуемых товаров и предоставляемых услуг, определить расходы на торговую деятельность (издержки

обращения) и тенденции их изменения, что необходимо для правильного определения цены и расчета рентабельности, находить оптимальные пути 38 решения коммерческих проблем предприятия и получения достаточной прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

Для анализа экономических показателей коммерческой деятельности ООО «Магия Золота» были выбраны показатели, представленные в таблице 2.1.

Таб. 2.1 – Основные экономические показатели коммерческой деятельности ООО «Магия Золота» за 2018-2019 гг.

Показатели	2018	2019	Темп роста, %	Отклонения (+,-)
Товарооборот	16 500	18 400	111,5	1 900
Валовой доход	6 356	7 320	115,2	964
Уровень валового дохода, (в % к товарообороту)	38,5	39,8	-	1,3
Издержки обращения	2 950	3 350	113,6	400
Уровень издержек обращения, %	17,9	18,2	-	0,3
Прибыль от реализации	3 406	3 970	116,6	544
Уровень рентабельности, %	21,4	21,6	-	0,2
Чистая прибыль	2 576	2 827	109,7	251
Численность работников, всего	8	8	100	-

Товарооборот на 1 работника	2062,5	2300	111,5	237,5
Численность работников торгового зала	4	4	100	-
Товарооборот на 1 работника торгового зала	4125	4600	111,5	475

Анализ показал, что основные показатели деятельности розничного предприятия «Магия Золота» имеют тенденцию роста в 2019 году по сравнению с 2018 годом.

Основным экономическим показателем коммерческой деятельности торгового предприятия является товарооборот. Под товарооборотом понимается сумма продажи товаров за определенный период времени. Данные таблицы 2.1 показывают, что в 2019 году товарооборот увеличился по сравнению с 2018 годом на 1900 тыс. руб., темп роста по сравнению с 2018 годом составил 11,5%. Увеличение товарооборота произошло в основном по причине роста цен на ювелирные изделия в 2019 году.

Одним из главных показателей деятельности розничного торгового предприятия является величина валового дохода – это выручка от реализации 39 товаров и услуг за вычетом затрат на оплату стоимости полученных от поставщиков товаров. Из данных таблицы 2.1 видно, что в 2019 году валовой доход увеличился по сравнению с 2018 годом на 964 тыс. руб., т. е. на 15,2%. Увеличение объема товарооборота означает рост массы валового дохода: чем больше продано товаров, тем больше совокупная сумма торговой надбавки.

Другим важным показателем деятельности торгового предприятия являются издержки обращения (расходы по осуществлению коммерческой деятельности). Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме затраты, связанные с осуществлением торговой деятельности. Эти издержки связаны с выполнением дополнительных функций (расходы по перевозкам, хранению, упаковке товара, обслуживанием материально-технической базы, содержанием персонала предприятия и т. п.).

Исходя из данных таблицы видно, что в 2018 году издержки обращения составляли 2950 тыс. руб., в 2019 году издержки увеличились на 400 тыс. руб. и стали

составлять 3350 тыс. руб., так как увеличились коммунальные и охранные услуги, увеличилась арендная плата магазина, произведено частичное обновление торгового оборудования.

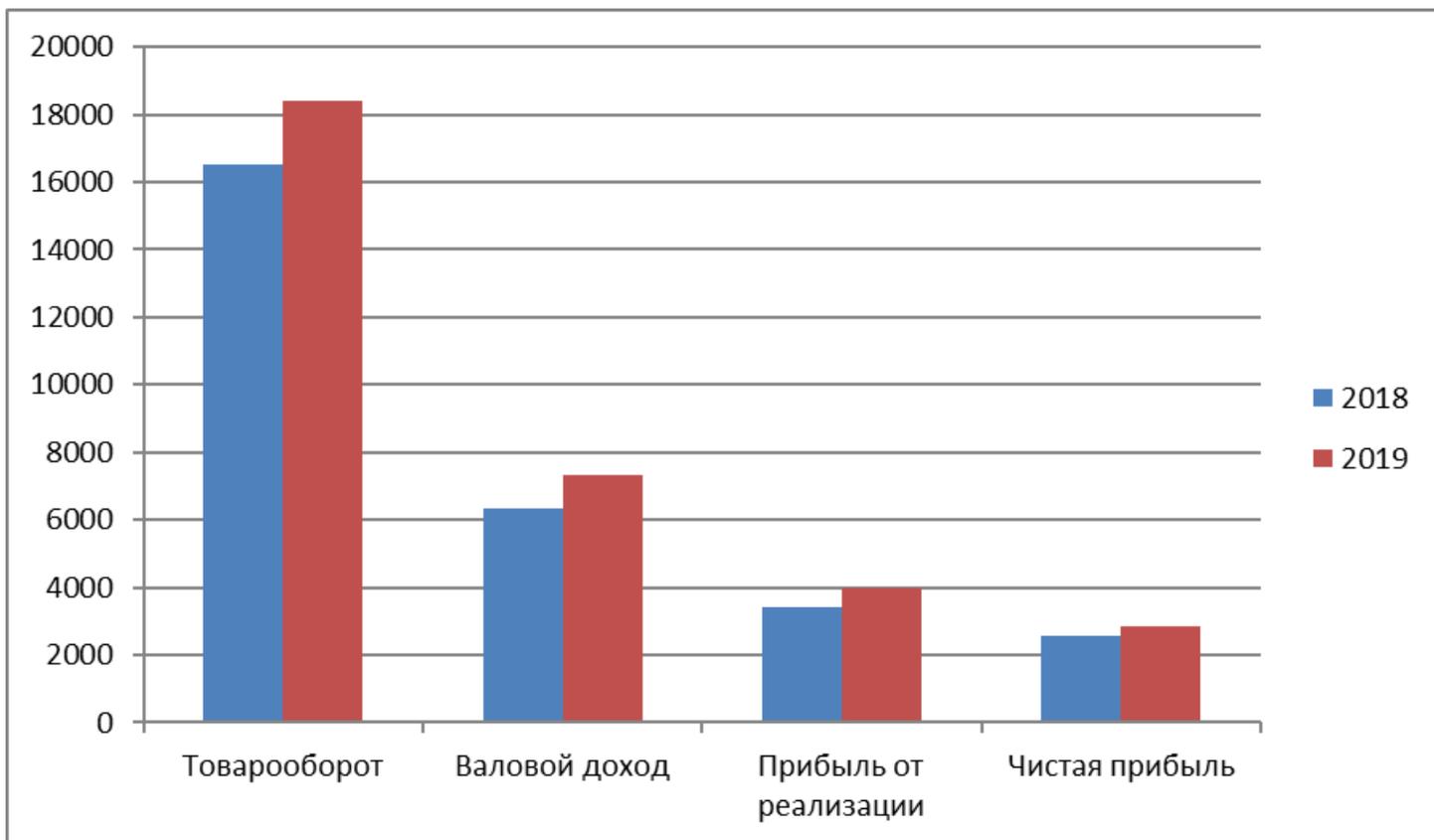
Уровень издержек обращения также является важным качественным показателем деятельности розничного торгового предприятия. По этому показателю судят с одной стороны, о величине затрат в расчете на 1000 руб. товарооборота, с другой – о доле торговых расходов в цене продукции, об эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Из данных таблицы 2.1 видно, что уровень издержек в 2019 году увеличился на 0,3% по сравнению с 2018 годом, что означает увеличение издержек на единицу объема товарооборота.

Показатель прибыли отражает результаты всей торговой деятельности предприятия. Наличие прибыли свидетельствует о том, что расходы розничного предприятия полностью покрываются доходами от реализации товаров и оказания услуг.

Прибыль от реализации рассчитывается как разность между валовым доходом и издержками обращения. Из данных таблицы 2.1 видно, что по сравнению с 2018 годом прибыль предприятия ООО «Магия Золота» в 2019 году увеличилась на 544 тыс. руб. и составила 3970 тыс. руб.

Динамика изменения основных экономических показателей розничного предприятия ООО «Магия Золота» схематично представлена на рисунке 2.1.

Рис. 2.1 – Динамика изменения основных экономических показателей.(тыс.руб.)



В деятельности розничных торговых предприятий широко применяется показатель рентабельности, характеризующий относительный размер прибыли. В зависимости от цели расчетов наиболее часто рентабельность розничного торгового предприятия определяется посредством процентного отношения прибыли к следующим показателям: товарообороту, издержкам обращения, основным средствам, собственному капиталу и т. д.

Наиболее широкое распространение в торговле получил показатель рентабельности, исчисляемый как отношение суммы прибыли к объему товарооборота (формула 1):

$$1. P_T = \frac{\pi}{T} \times 100$$

где P_T - уровень рентабельности, % к товарообороту

π - сумма прибыли, тыс. руб.

T - объем товарооборота, тыс. руб.

Произведем расчет уровня рентабельности:

$$P_T \text{ 2018 год} = (3406 / 16500) * 100 \% = 21,4 \%$$

$$P_t 2019 \text{ год} = (3970 / 18400) * 100 \% = 21,6 \%$$

Уровень рентабельности в 2019 году на 0,2% выше показателя 2018 года. Он характеризует уровень прибыльности и является относительным показателем финансовых результатов деятельности предприятия ООО «Магия Золота». В 2018 году он составил 21,4%, в 2019 году – 21,6%.

Основным показателем эффективности предприятий розничной торговли является товарооборот на единицу торговой площади. Данный показатель при оценке эффективности использования материально-технической базы за период времени на предприятиях розничной торговли или при анализе их текущего состояния позволяет рассчитать количественное значение этого эффекта по формуле 2.

$$(2) \quad \mathcal{E}_t = \frac{T_o \times S_{срб}}{T_б \times S_{сро}}$$

где $T_б$ и T_o – товарооборот базисного и отчетного периода анализируемых предприятий торговли, тыс. руб.

$S_{срб}$ и $S_{сро}$ – средняя торговая площадь анализируемых предприятия в базисном и отчетном периоде, m^2

Значение $\mathcal{E}_t > 1$ свидетельствует об улучшении показателя, а $\mathcal{E}_t < 1$ – о его ухудшении. Анализ показателей эффективности использования торговой площади в зависимости от товарооборота свидетельствует о незначительной динамике в магазине «Магия Золота».

Анализ экономических показателей деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота» показал, что розничное предприятие является рентабельным. Весь торгово-технологический процесс реализации ювелирных изделий направлен на получение прибыли и достижение наивысших финансовых результатов.

Можно сделать вывод, что в настоящий момент розничное предприятие ООО «Магия Золота» имеет достаточно стабильное положение с положительными значениями рентабельности, основные статьи доходов используются эффективно. Предприятие ориентировано на максимизацию прибыли путем увеличения товарооборота и уменьшения издержек обращения.

2.3 Особенности организации коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота»

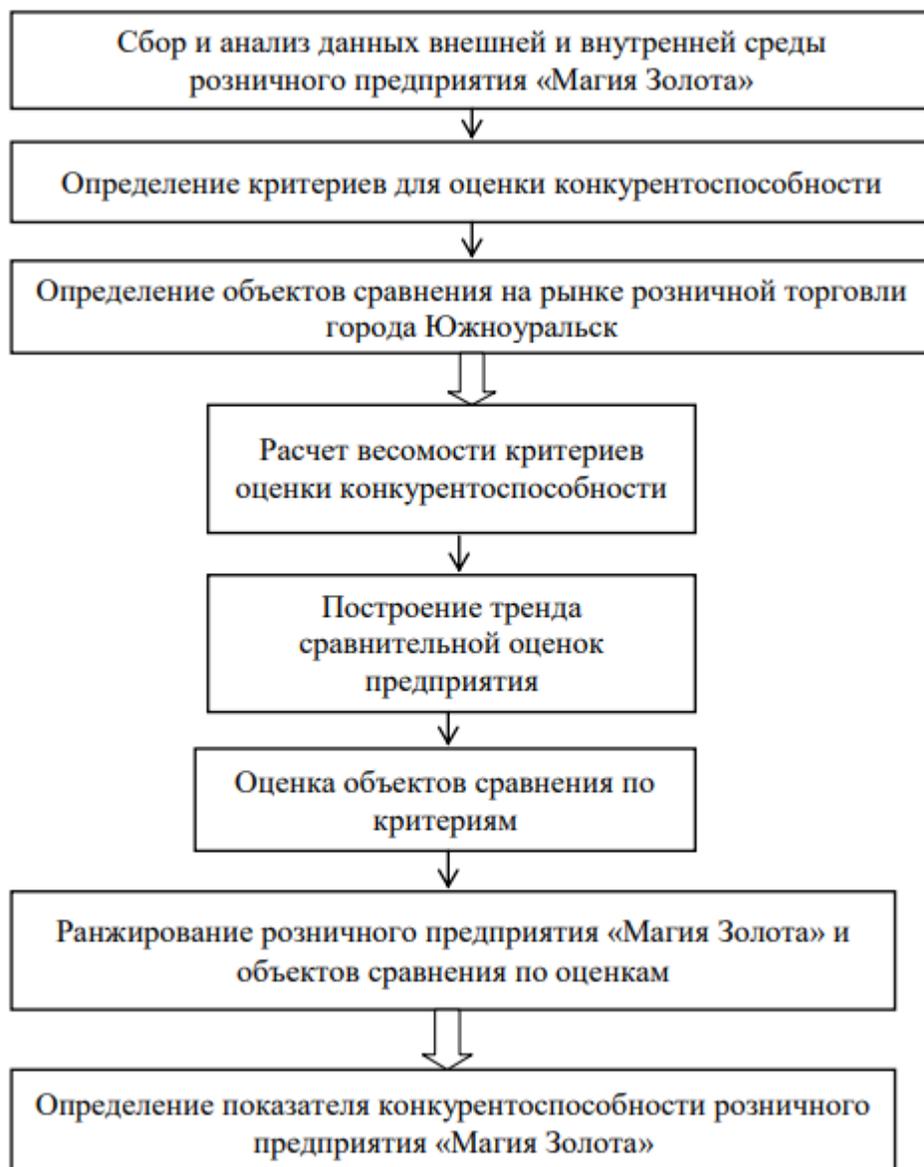
В условиях риска и неопределённости, главной задачей предприятий розничной торговли является выживание на рынке, то есть конкурентоспособность, которую следует рассматривать как интегральный показатель. Показатель конкурентоспособности для любой фирмы отражает совокупные итоги работы всех её подразделений (т.е. состояние её внутренней среды), а также её реакцию на изменение внешних факторов воздействия. При этом особо значимой является способность розничного предприятия оперативно и адекватно реагировать на изменения в поведении покупателей, их вкусов и предпочтений.

Первоначально разработаем этапы проведения оценки конкурентоспособности розничного предприятия «Магия Золота».

Оценка конкурентоспособности розничного предприятия «Магия Золота» проведем методом экспертной оценки конкурентных преимуществ.

Составные этапы оценки конкурентного состояния розничного предприятия «Магия Золота» выделены на рисунке 2.3.

Рис.2.3 – Этапы оценки конкурентоспособности предприятия «Магия Золота»



Как уже отмечалось, для успешного функционирования на рынке, предприятие розничной торговли должно обладать определёнными конкурентными преимуществами по сравнению с конкурентным окружением. Для исследования предложены следующие критерии для оценки конкурентоспособности:

- Качество
- Цена
- Ассортимент
- Местонахождение
- услуги ювелирной мастерской
- интерьер магазина
- качество обслуживание

- наличие акций и спецпредложений
- репутация фирмы

Стремительно развиваться и одновременно осуществлять эффективную коммерческую деятельность по продаже ювелирных изделий на рынке с высокой конкуренцией достаточно тяжело. В процессе оценки конкурентоспособности магазина «Магия Золота» были выявлены конкурентные преимущества, а именно: качество предлагаемого товара, высокое качество обслуживания покупателей и предоставление дополнительных услуг, широкий ассортимент реализуемых товаров.

Для наиболее полного анализа организации коммерческой деятельности объекта исследования необходимо произвести анализ не только внутренней среды розничного предприятия, но и внешней среды.

Отслеживая изменения внутренней и внешней среды розничного предприятия «Магия Золота», можно выявить предпосылки для предотвращения негативных изменений, повышения уровня спроса и наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей.

В то же время розничное предприятие «Магия Золота» обладает колоссальными внутренними ресурсами, среди которых основными являются наличие постоянных лояльных покупателей, широкий ассортимент реализуемых товаров, высокий уровень обслуживания и предложение дополнительных услуг покупателям. В результате магазин «Магия Золота» не только устойчиво работает на рынке по продаже ювелирных изделий, но и постепенно расширяет свои позиции на рынке. Также за 11 лет функционирования 51 розничное предприятие «Магия Золота» завоевало положительную деловую репутацию на потребительском рынке.

Среди основных возможностей магазина «Магия Золота» необходимо отметить увеличение количества квалифицированного персонала, рост производительности труда и снижение издержек обращения. Реализация инновационных способностей способствует снижению издержек обращения и росту рентабельности предприятия. Также в настоящее время предприятие планирует увеличение объемов продаж за счет расширения ассортимента ювелирных изделий и освоения новых сегментов рынка, путем введения в ассортиментный перечень ювелирных письменных принадлежностей.

Розничная продажа ювелирных изделий, как и любая другая отрасль торговли, является четко налаженной цепью взаимодействий, направленных на обеспечение

конечного покупателя качественными товарами за приемлемую для них цену. Каждое звено этой цепи, так или иначе, обеспечивает работу отрасли ювелирных изделий в целом.

Цепь товародвижения розничного предприятия ООО «Магия Золота» по структуре является транзитной, т.е. ювелирные изделия в магазин завозятся непосредственно от производителя, минуя оптовое звено.

По результатам исследования, проведенного во втором разделе можно сформулировать следующие выводы:

Во втором разделе произведен анализ организационно-хозяйственной деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота». Дана общая характеристика предприятия ООО «Магия Золота», которое осуществляет розничную продажу ювелирных изделий широкого ассортимента и оказывает услуги по ювелирному обслуживанию потребителей. Выявлены цель, задачи деятельности розничного предприятия. Подробно рассмотрен ассортимент реализуемых ювелирных изделий.

В результате исследования организационной структуры розничного предприятия «Магия Золота» определен вид организационной структуры, которая является дивизиональной. Определены основные преимущества и недостатки организационной структуры для розничного предприятия ООО «Магия Золота».

Анализ экономических показателей деятельности розничного предприятия 58 ООО «Магия Золота» показал, что розничное предприятие является рентабельным. Весь торгово-технологический процесс реализации ювелирных изделий направлен на получение прибыли и достижение наивысших финансовых результатов. Можно сделать вывод, что в настоящий момент розничное предприятие ООО «Магия Золота» имеет достаточно стабильное положение с положительными значениями рентабельности, основные статьи доходов используются эффективно. Предприятие ориентировано на максимизацию прибыли путем увеличения товарооборота и уменьшения издержек обращения.

Глава 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «МАГИЯ ЗОЛОТА»

- **1. Рекомендаций совершенствования организации коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота»**

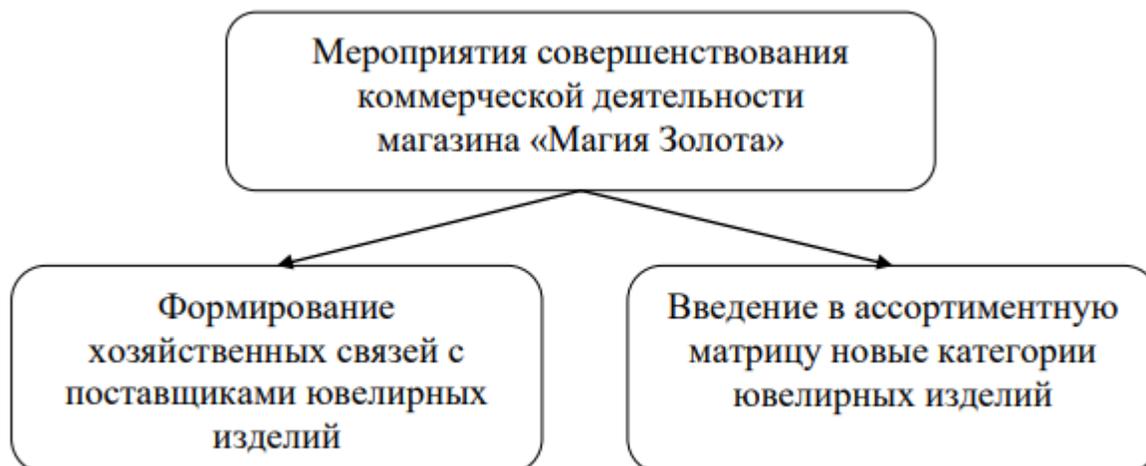
Исследование особенностей организации коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота», проведенное во втором разделе исследования, позволило выявить основную проблему, а именно – высокий уровень цен на реализуемые в магазине ювелирные изделия. Это, в свою очередь, повлияло на снижение конкурентоспособности розничного предприятия «Магия Золота».

Несмотря на выявленные недостатки розничное предприятие «Магия Золота» обладает конкурентными преимуществами, которые обеспечивают не только его финансовое состояние, но и эффективную организацию его коммерческой деятельности.

Анализ основных экономических показателей магазина «Магия Золота» показал положительную динамику товарооборота, прибыли и рентабельности предприятия. Однако не достаточно высокий уровень конкурентоспособности позволил сделать вывод, что предприятие «Магия Золота» не эффективно использует свой экономический потенциал. В связи с этим возникает необходимость в выявлении резервов совершенствования коммерческой деятельности, которое будет осуществляться на основе показателей оценки конкурентоспособности, получивших низкое значение.

Разработка рекомендаций совершенствования коммерческой деятельности розничного предприятия «Магия Золота» будет направлена на поиск поставщиков ювелирных изделий (по более низкой цене, чем реализуемые в настоящее время) и на расширение ассортимента ювелирных изделий. Направления разработки рекомендаций представлены на рисунке 3.1.

Рисунок 3.1 – Направления разработки рекомендаций совершенствования коммерческой деятельности магазина «Магия Золота»



Посредством осуществления коммерческой деятельности реализуется связь розничного предприятия «Магия Золота» с внешней средой – поставщиками и покупателями товаров. Автором разработана схема формирования хозяйственных связей розничного предприятия «Магия Золота» с поставщиками товаров, которая представлена на рисунке 3.2.

Рисунок 3.2 – Схема формирования хозяйственных связей розничного предприятия «Магия Золота» с поставщиками ювелирных изделий



В коммерческой деятельности предприятия «Магия Золота» предложенная схема формирования хозяйственных связей с поставщиками может изменяться в зависимости от специфики проводимых коммерческих операций. Ее использование позволит осуществить моделирование коммерческих процессов для совершенствования коммерческой деятельности розничного предприятия «Магия Золота» по закупке ювелирных изделий.

При совершенствовании коммерческой деятельности руководству розничного предприятия «Магия Золота» следует основываться на следующих принципах:

- ценовая политика поставщиков, т.е. осуществление закупок у поставщиков на основе анализа цен на их продукцию
- надежность партнеров, возможность закупки однородных товаров у разных поставщиков с целью выбора наиболее выгодного поставщика
- многообразие источников поступления с целью расширения ассортимента ювелирных изделий и удовлетворения спроса обслуживаемого населения

При осуществлении коммерческой деятельности розничного предприятия «Магия Золота» целесообразно использовать увеличение доли рынка посредством введения в ассортиментную матрицу магазина ювелирных письменных принадлежностей. При выборе поставщиков данного ассортимента ювелирных изделий особенно актуальным представляется использование разработанной схемы формирования связей розничного предприятия «Магия Золота» с поставщиками. Это связано с тем, что источники закупок ювелирных письменных принадлежностей являются неизученными руководством магазина «Магия Золота».

В соответствии с разработанной схемой формирования хозяйственных связей опишем мероприятия по формированию закупок с поставщиками ювелирных письменных принадлежностей.

1. Определение поставщиков

Исследование российского рынка ювелирных письменных принадлежностей позволило выявить ограниченность поставщиков широкого ассортимента. Поставщиками ювелирных письменных принадлежностей являются:

- Русский Дом «Русь Великая» (г. Москва)
- Ювелирный Дом ArtStone (г. Москва)
- Ювелирная компания «Ника» (г. Москва).

1. Определение критериев выбора поставщика

Исходя из факторов микросреды предприятия, а также ограниченности свободных оборотных средств предприятия, определим критерии выбора поставщика, которые в наибольшей степени влияют на результативность коммерческой деятельности предприятия «Магия Золота»:

- Ассортимент

- условия оплаты заказа
- условия и сроки доставки
- условия оплаты доставки

В таблице 3.1 представлена характеристика потенциальных поставщиков по выбранным критериям. Представленная характеристика поставщиков ювелирных письменных принадлежностей позволяет сделать вывод, что оптимальным поставщиком для сотрудничества с предприятием «Магия Золота» является ЮК «Ника» по финансовым и логистическим условиям. Однако данный поставщик производит только подарочные ручки. Поставщик РД «Русь Великая» предлагает широкий ассортимент ювелирных письменных принадлежностей, однако финансовые и логистические условия могут значительно повлиять на формирование цены письменных принадлежностей на предприятии «Магия Золота». Поставщик ЮД ArtStone не подходит для сотрудничества ни по одному рассмотренному критерию.

Таблица 3.1 – Характеристика поставщиков ювелирных письменных принадлежностей

Критерии выбора поставщика	РД «Русь Великая»	ЮД ArtStone	ЮК «Ника»
Ассортимент	<ul style="list-style-type: none"> • подарочные ручки • ежедневники – лупы • оснастки для печати • ножи для бумаг 	<ul style="list-style-type: none"> • подставки для ручек • карандашницы 	<ul style="list-style-type: none"> • подарочные ручки

Условия оплаты заказа	при получении товара	100% предоплата	<ul style="list-style-type: none"> • 50% предоплата • 50% оплата при реализации в течении 1 месяца после получения товара
Условия и сроки доставки	<ul style="list-style-type: none"> • курьерская доставка до магазина • 2-5 дней после оформления заказа 	самовывоз	<ul style="list-style-type: none"> • курьерская доставка • 2-8 дней после оформления заказа
Условия оплаты доставки	<ul style="list-style-type: none"> • оплата по тарифам курьерской службы • страхование груза 0,6% от суммы заказа 		<ul style="list-style-type: none"> • доставка за счет поставщика • доставка за свой счет

1. Выбор оптимальных поставщиков

Ювелирные письменные принадлежности в ассортименте магазина «Магия Золота» относятся к товарам-новинкам редкого спроса. В связи с тем, что поставщик ЮК «Ника» предлагает оптимальные финансовые и логистические условия для сотрудничества выберем данного поставщика для закупки ювелирных письменных принадлежностей. Как уже было отмечено РД «Русь Великая» предлагает широкий ассортимент ювелирных письменных принадлежностей, но сотрудничество с данным поставщиком повлечет дополнительные затраты на транспортировку и условие по 100% предоплате требует значительное отвлечение оборотных средств предприятия. В связи с этим, было решено с поставщиком РД «Русс Великая» осуществлять сотрудничество только при имеющихся заказах от покупателей по конкретным товарам с условием по минимальным срокам доставки.

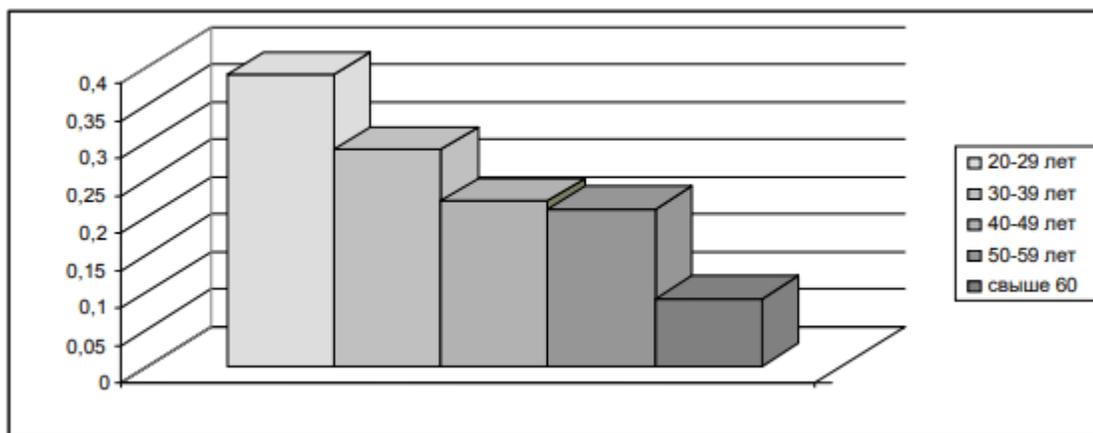
Мероприятия по расширению ассортимента категорий товара, которые реализуются в магазине «Магия Золота» будут основываться на проведении исследования потребностей покупателей ювелирных изделий.

Цель исследования: определить категории товаров, которые необходимо увеличить путем внедрения в них товаров-новинок.

С целью определения структуры покупательского спроса нами проведен опрос потребителей ювелирных изделий, основанный на применении метода случайной маршрутной выборки респондентов и «туннельной» постановке вопросов (от потребительских предпочтений по видам продукции и ценовым категориям до частоты покупок изделий и взаимосвязи параметров выбора изделий), позволяющих повысить достоверность ответов респондентов. Переход от общих вопросов к частным позволяет детально и аргументированно подойти к интерпретации ответов на ключевые вопросы анкеты.

В целях определения профилей конечных потребителей ювелирных изделий нами построено и оценено их распределение по возрастным категориям. Результаты ранжирования покупателей по возрастной категории представлено на рисунке 3.3.

Рисунок 3.3 – Ранжирование покупателей по возрастной категории

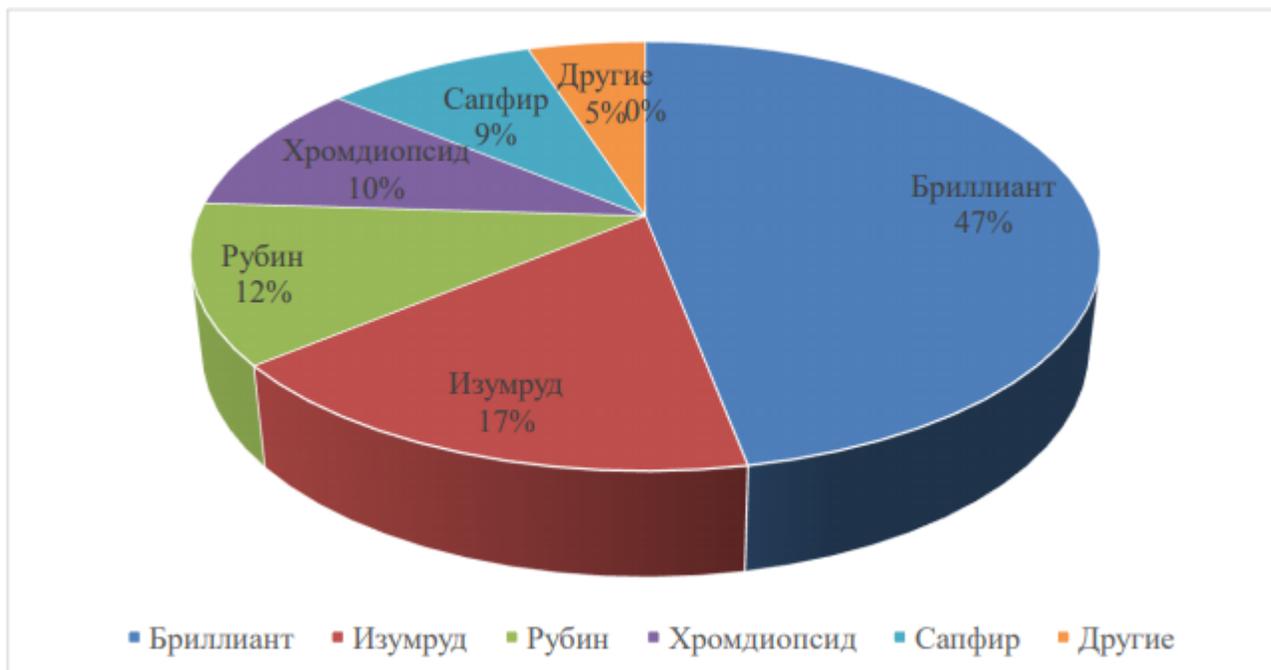


Выявлено, что 82% основных покупателей ювелирных изделий – население от 20 до 39 лет, основными покупателями ювелирных украшений является население возрастной категории до 30 лет.

Для выявления потребительских предпочтений по видам драгоценных камней автором на основе разработанной анкеты был проведен опрос 150 потребителей ювелирных изделий. Выявлено, что самыми востребованными драгоценными камнями являются бриллианты, на втором месте – изумруды. Результаты опроса по

видам драгоценных камней представлены на рисунке 3.4.

Рисунок 3.4 – Структура покупательского спроса по видам драгоценных камней



В ходе анализа результатов анкетирования проведено ранжирование спроса на различные виды ювелирных изделий. Наиболее востребованы потребителями ювелирные изделия с драгоценными вставками, наименее востребованы – изделия без вставок из серебра.

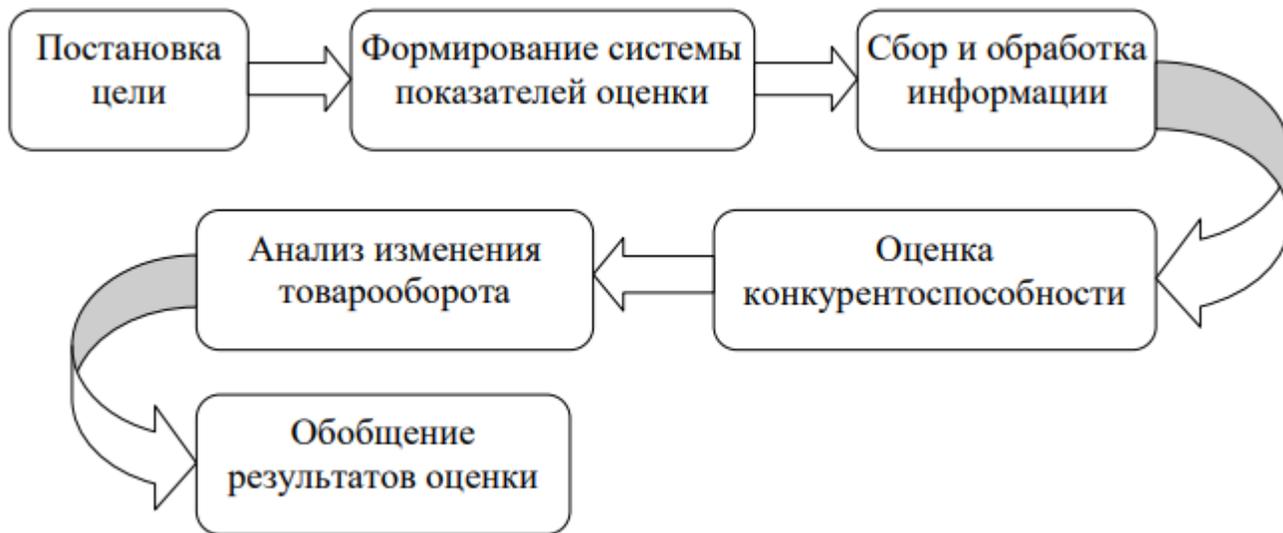
Приведенные и другие выявленные в работе закономерности потребительского поведения и предпочтения потребителей ювелирных изделий являются базой для принятия решения расширения ассортимента реализуемых товаров в магазине «Магия Золота».

Таким образом, по результатам проведенного исследования, можно определить категорию товара, которая пользуется наибольшим спросом у покупателей ювелирных изделий.

- 1. Обоснование организационных показателей разработанных рекомендаций.

Проведем исследование эффективности разработанных мероприятий совершенствования коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота». Алгоритм оценки эффективности разработанных мероприятий представлен на рисунке 3.5.

Рисунок 3.5 – Алгоритм оценки эффективности разработанных мероприятий



Цель оценки – выявление эффективности разработанных мероприятий совершенствования коммерческой деятельности розничного торгового предприятия ООО «Магия Золота».

Системы показателей. Показатели для оценки конкурентоспособности будут складываться из критериев, по которым производилась оценка конкурентоспособности предприятия «Магия Золота» во втором разделе исследования.

В связи с тем, что разработка мероприятий исходила из критериев конкурентоспособности, а точнее критериев, которые получили низкую оценку, после внедрения разработанных автором рекомендаций предполагается повышение конкурентоспособности.

По результатам исследования, проведенного в третьем разделе можно сформулировать следующие выводы:

При разработке рекомендаций совершенствования коммерческой деятельности розничного предприятия «Магия Золота» первоначально обозначены направления разработки рекомендаций: формирование хозяйственных связей с поставщиками ювелирных изделий и введение в ассортиментную матрицу новые категории ювелирных изделий.

Разработана схема формирования хозяйственных связей розничного предприятия «Магия Золота» с поставщиками ювелирных изделий. Ее использование позволит осуществить моделирование коммерческих процессов для совершенствования

коммерческой деятельности розничного предприятия «Магия Золота» по закупке ювелирных изделий.

В соответствии с разработанной схемой формирования хозяйственных связей предложены мероприятия по выбору поставщиков ювелирных письменных принадлежностей. Выбор данных поставщиков обоснован в соответствии с финансовыми и логистическими условиями коммерческой деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота».

Проведено исследования покупательских предпочтений, цель которого – определить категории товаров, которые необходимо увеличить путем внедрения в них товаров-новинок. По результатам проведенного исследования, определена категория товара, которая пользуется наибольшим спросом у покупателей ювелирных изделий.

Заключение

Торговля, удовлетворяя нужды и запросы потребителей, является конечным звеном деятельности субъектов рынка. Особая роль принадлежит коммерческой деятельности, связанной с выполнением комплекса мер по доведению товаров от производителя до покупателя.

Основными ее задачами являются:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность
- определение ассортиментной политики
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия
- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

В результате написания курсовой работы получены следующие результаты:

Рассмотрены сущность и содержание организации коммерческой деятельности в розничной торговле, которой является любая деятельность, связанная с получением прибыли. Коммерческая деятельность в розничной торговле – это

важнейшая составляющая всей системы деятельности предприятий в условиях экономики рынка и конкуренции. Подробно представлена классификация коммерческих функций, что определяет их роль в деятельности торговых предприятий.

Рассмотрены методы совершенствования коммерческой деятельности в розничной торговле, подробно описаны этапы разработанного алгоритма совершенствования коммерческой деятельности в розничной торговле. В связи с тем, что на процесс совершенствования коммерческой деятельности в розничной торговле существенно влияет закупочная деятельность определены направления совершенствования системы снабжения.

Во втором разделе произведен анализ организационно-хозяйственной деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота». Дана общая характеристика предприятия ООО «Магия Золота, которое осуществляет розничную продажу ювелирных изделий широкого ассортимента и оказывает услуги по ювелирному обслуживанию потребителей. Выявлены цель, задачи деятельности розничного предприятия. Подробно рассмотрен ассортимент реализуемых ювелирных изделий.

В результате исследования организационной структуры розничного предприятия «Магия Золота» определен вид организационной структуры, которая является дивизиональной. Определены основные преимущества и недостатки организационной структуры для розничного предприятия ООО «Магия Золота».

Анализ экономических показателей деятельности розничного предприятия ООО «Магия Золота» показал, что розничное предприятие является рентабельным. Весь торгово-технологический процесс реализации ювелирных изделий направлен на получение прибыли и достижение наивысших финансовых результатов. Можно сделать вывод, что в настоящий момент розничное предприятие ООО «Магия Золота» имеет достаточно стабильное положение с положительными значениями рентабельности, основные статьи доходов используются эффективно. Предприятие ориентировано на максимизацию прибыли путем увеличения товарооборота и уменьшения издержек обращения.

Проведен анализ закупочной деятельности предприятия ООО «Магия Золота», построена схема товародвижения ювелирных изделий, определены основные поставщики предприятия, проведена оценка поставщиков. Анализ поставщиков позволил выявить поставщиков, с которыми экономически нецелесообразно

сотрудничать и определить потенциальных поставщиков, удовлетворяющие предприятие «Магия Золота» по многим условиям системы товародвижения.

Библиография

1. Коммерческая деятельность и предпринимательство: Сб. науч. трудов / Под ред. В.П. Попкова. – СПб.: СПбГИЭА, 1999.
2. Памбухчиянц О.В., Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. – М.: Маркетинг, 1999.
3. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003.
4. Александров Ю.Л., Трещенко Н.Н. Экономика товарного обращения. – Красноярск: КГУ, 1999.
5. Коммерческое дело в России: история, современное состояние, будущее: Тезисы докладов. – М.: МГУК, 1999.
6. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003.
7. Петров П.В., Соломатин А.Н. Экономика товарного обращения: Учеб. для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2002.
8. Гражданский Кодекс Российской Федерации. – изд-во проспект, 2015. – 640с.
9. Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». – <http://www.consultant.ru/>
10. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ (ред. от 23.12.2010 г., с изм. от 21.11.2011г.). изд-во Кодексы, 2011.
11. Трудовой Кодекс Российской Федерации // Собр. законодательства РФ. – 2002. – №1.
12. Золотарева, Г.М. Теоретико-методические аспекты изучения и анализа конкурентоспособности организации в современных условиях / Г.М. Золотарева, М.Н. Смагина // Научный альманах. – 2015. – № 8. – С. 161–172.