

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы в том, что в современных условиях коммерческая деятельность стала неотъемлемым элементом потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги.

Сектор розничной торговли является одним из наиболее динамично развивающихся рынков России: осваиваются новые формы торговли, методы повышения эффективности работы предприятий. Стремительное развитие российского потребительского рынка предопределило быстрый рост числа частных торговых предприятий, предлагающих покупателям широкий товарный ассортимент и высокий уровень обслуживания. Наличие большого количества местных «игроков» и приход на рынок международных розничных сетей создали на рынке розничной торговли условия жесткой конкуренции. Победить в ней – значит привлечь и сохранить своего потребителя.

Индивидуальной целью любого предприятия является эффективная целесообразная деятельность, стабильное производство, выпуск и реализация продукции или услуг, обеспечивающие постоянный доход и соответствующий уровень качества жизни его сотрудникам.

Среди проблем развития фирм в период экономического реформирования, наиболее актуальными являются вопросы повышения эффективности их деятельности, непосредственно связанные с удовлетворением потребительского спроса на продукцию, работы или услуги.

Целью данной курсовой работы является анализ организации финансового обеспечения коммерческой деятельности на примере магазина «Спортмастер».

Предметом исследования данной работы является финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг. Объектом исследования работы является магазин «Спортмастер». Для увеличения доли рынка и роста объемов сбыта предприятие нуждается в комплексе мер по оптимизации своей коммерческой деятельности.

В рамках курсовой работы будут решены следующие **задачи**:

- Рассмотреть теоретические аспекты коммерческой деятельности предприятий;
- Исследованы основные экономические показатели и экономическая эффективность работы магазина «Спортмастер»;
- Исследованы основные методы продажи товаров, применяемые в данном магазине;
- Предложены пути совершенствования методов продаж.

Для решения поставленных в работе задач использовались как общенаучные, так и специальные методы анализа и синтеза, логического и ситуационного анализа.

Методологической и теоретической основой исследования служат труды отечественных и зарубежных экономистов и маркетологов, нормативно-правовые акты, инструктивные материалы.

Структура курсовой работы состоит из введения, основной части представленной в 3-х главах, заключения, списка литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕТАЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Общие принципы организации коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность выступает предметом анализа многих экономистов. Наибольший вклад в развитие теории коммерческой деятельности, с точки зрения автора исследования, внесли следующие представители экономической науки: Третьяк С.Н., Тютюшкина Г.С., Блюм М.А., Молоткова Н.В., Денисова А.Л., Дюженкова Н. В., Соседов Г.А., Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф., Киселева Е.Н., Буданова О.Г.

Третьяк С.Н., в своей работе, рассматривает коммерческую деятельность в качестве элемента товарного рынка, которая не учитывает процесс производства товаров или услуг, но охватывает весь комплекс операций, который гарантирует

куплю и продажу товара. Автор, поясняет, что самой основной задачей коммерсанта становится высококачественный и, при этом, малозатратный для производства товар. Единственное и верное решение этой задачи автор видит в ответственном и придирчивом отношении к материально-техническим поставкам, то есть закупкам материалов и оборудования для изготовления товара.[\[1\]](#)

Так же, крайне важными задачами для коммерсанта, по мнению автора, являются навыки выстраивания конструктивного диалога и извлечения для себя максимальной выгоды; умение действовать четко и быстро, выходить из форс-мажорных ситуаций, принимать нестандартные решения. И действительно, помимо базовых знаний в области экономики и управления, предпринимателю необходимо обладать рядом личностных качеств, которые в дальнейшем и определяют его способности и готовность к коммерческой деятельности.[\[2\]](#) Но не стоит забывать о правовой стороне вопроса по части хозяйственных связей, о необходимости вступать в юридические отношения с поставщиками, партнерами и клиентами, что сопровождается несением колоссальной ответственности за качество товара. А масштабы этой ответственности зависят от объемов общественного производства и сложности его отраслевой структуры; процесса углубления специализации и производственной кооперации в промышленности; ассортимента, качества производимой и потребляемой в народном хозяйстве продукции.[\[3\]](#)

Помимо всего вышеизложенного в работе утверждается, что любой коммерческой организации необходимо использовать все свои основные средства и ресурсы, предназначенные для приемки, хранения и отпуска потребителям товарно-материальных ценностей, в полной мере, ведь от этого напрямую зависит эффективность этого предприятия. Так, например, оснащение складских помещений новейшим современным оборудованием — погрузочно-разгрузочными и транспортными механизмами непременно ведет производство к наращиванию объемов производимой продукции, оборот этой продукции, соответственно, тоже увеличивается, и, в итоге, все эти мероприятия в разы увеличивают полезность и результативность коммерческой деятельности.[\[4\]](#) Но и это еще не все требования к работнику коммерческой деятельности.

Рассуждая на тему ценообразования Третьяк С.Н. убеждает в том, что к этой области коммерции необходимо подходить особенно тщательно, так как для успешного продвижения своего товара, предпринимателю необходимо установить на него определенную цену. А знание цены помогает потребителю выгодно распорядиться имеющимися у него средствами, а во многих случаях даже оценить

качество товара, так как высокая цена всегда говорит потребителю о высоком качестве продукта. Таким образом, правильный подход коммерсанта к ценообразованию позволяет увеличивать продажи, увеличивать прибыль и обеспечивать престиж предприятию.

В вопросе личностных качеств коммерческого работника взгляды Блюма М.А., Молотковой Н.В. абсолютно совпадают с взглядами Третьяка С.Н., т. к. они тоже считают, что инициативный самостоятельный в принятии решений, владеющий искусством ведения переговоров коммерсант — это работник нового типа, за ним стоит будущее. В дополнение к этому они добавляют еще одну необходимую на их взгляд способность предпринимателя — это владение PR-технологиями.^[5] Они считают, что этот навык становится профессионально важным, по той причине, что играет особую функцию управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между фирмой и клиентами; решению различных проблем и задач; помогает коммерческим работникам быть информированным о мнении клиента и вовремя реагировать на него; помогает руководству фирмы быть готовым к любым переменам и использовать их наиболее эффективно в профессиональной деятельности.

Третьяк С.Н. рассуждал на тему основных средств коммерческой организации, направленных на хранение и приемку товара, а Денисова А. Л. и Дюженкова Н. В. раскрыли тему более подробно, включив туда еще и грамотное управление запасами. Они считают, что без запасов не может обойтись ни одно предприятие, однако их создание всегда сопряжено с дополнительными финансовыми расходами.

Высокая квалификация в сфере коммерции, предполагает фундаментальную экономическую подготовку и изучение большого числа смежных областей. К таким межпредметным дисциплинам относятся маркетинг, менеджмент, товароведение, психология, экономика, математика, коммуникация.

Таким образом, проведенный обзор теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности позволил автору провести обобщение и рассматривать коммерческую деятельность как совокупность мер, направленных на сохранность, привлекательность и реализацию товара, с целью извлечения выгоды и удовлетворения потребностей потребителей, а также заключение выгодных контрактов, как результата реализации профессиональных и личностных качеств.^[6]

1.2 Ведение коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

В современных условиях коммерческая деятельность стала неотъемлемым элементом потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги.

С коммерческой деятельностью отождествляются процессы, связанные с куплей и продажей товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли, изучением рынка, установлением хозяйственных связей с поставщиками, осуществлением коммерческих операций, сделок, заключением контрактов и любыми другими формами товарно-денежного обмена.[\[7\]](#)

Однако коммерческая деятельность в розничной торговле имеет свою специфику, т.к. наряду с получением прибыли, розничная торговля стремится к максимальному удовлетворению потребностей населения в товарах необходимого качества и ассортимента. Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, т.е. физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы розничной продажи.

С учетом этого обстоятельства коммерческая деятельность в розничной торговле может быть определена как комплекс взаимосвязанных торгово-организационных операций, направленных на совершение процессов купли-продажи товаров и оказание сопутствующим этим процессам услуг в целях максимального удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли, необходимой для обеспечения устойчивости занимаемых рыночных позиций.

Организация и эффективное управление коммерческой деятельностью в настоящее время является крайне важной и актуальной проблемой для малых предприятий розничной торговли. Этому сектору свойственны относительно низкая доходность, высокая интенсивность труда, сложности с внедрением новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск в острой конкурентной среде, а государственная поддержка предпринимательства в нашей стране очень слаба, и не всегда эффективна.[\[8\]](#)

Несмотря на растущее количество крупных розничных сетей, в целом розничная торговля в России характеризуется наличием большого числа небольших по площадям и товарообороту предприятий, а ее деятельность можно отнести

преимущественно к сфере малого бизнеса.[\[9\]](#)

Малый бизнес играют большую роль в национальной экономике. Он во многом определяет темпы экономического роста, количество и качество выпускаемого валового продукта, состояние занятости населения.

От руководителей (менеджеров) этих предприятий требуется большая предприимчивость и инициатива в коммерческой работе по организации сбыта (продажи) товаров населению, умение хорошо обслужить покупателей, противостоять конкурентам и обеспечить нормальную прибыль. Коммерческая работа малого предприятия в розничной торговле — это деятельность предприятия, направленная на решение особого комплекса задач.

Ключевым повышению торговой деятельности совершенствование ее информационного. В условиях расширения коммерческих и стирания границ рынками сбыта фактором успеха розничной организации становится и качественное информирование служб предприятия о рынках сбыта и потребительских.

В острой конкуренции и идентичных, будущее будет не малым торговым, а торговым сетям. В условиях конкурентной торговле принадлежит значительное: способность привлечь число покупателей за снижения цен на группы потребительских. Между тем, остаются проблемы качества и торгового. Но и сетевые торговые могут потеснить по каталогам и интернет-торговля, в России обороты. Покупателей привлечь возможность товары за рубежом в Интернет. В случае идет о глобализации торговли и возможности приобрести товар в доступной точке.[\[10\]](#)

Итак, изменение коммерческой деятельности организации, адекватного приспособления к ней управления торговыми сказываются не только на их организации, но и на функций управления по ответственности, формам их. Речь идет о системе коммерческой деятельности, порождена организационной и закономерностью хозяйствования, с удовлетворением конечных потребителей. Спецификой рынка товаров и являются быстрые и изменения внешних и условий предприятий, высокая конкуренции. Поэтому деятельности предприятий торговли быть присущ динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и среде, потенциале, технологий, финансовом состоянии.

Таким образом, в современных рыночных условиях наиболее важным инструментом, обеспечивающим стабильность, устойчивое развитие розничного

торгового предприятия, его конкурентоспособность, является грамотная организация коммерческой деятельности и постоянная работа по повышению ее эффективности.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СПОРТМАСТЕР»

2.1 Краткая характеристика предприятия

Сеть магазинов «Спортмастер» - крупнейшая в России и странах СНГ сеть спортивных супермаркетов.

Торговая сеть СПОРТМАСТЕР всегда ориентирована на поиск возможностей для наиболее полного удовлетворения запросов своих клиентов.

Покупатели ищут авторитетных экспертов, которым могли бы доверять. СПОРТМАСТЕР отвечает на это качеством спортивных товаров и сервиса, предоставляемого в своих магазинах. Они доказывают своим покупателям, что действительно профессионально заботятся о них.

Покупатели уверенно себя чувствуют, покидая магазины СПОРТМАСТЕР, понимая, что они приобретают лучшие товары на рынке. Доверием клиентов компания дорожит и постоянно заботится о том, чтобы уровень лояльности покупателей возрастал с каждой покупкой.

Персонал каждого из магазинов СПОРТМАСТЕР знает, что успех дела зависит от профессионализма и личной инициативы. Клиенты и партнеры высоко оценивают уровень обслуживания и эффективность технологии.

Коммерческая деятельность различных торговых предприятий имеет много общего. Однако конкретные управленческие решения, разработанные и реализованные одними торговыми предприятиями, не всегда могут быть использованы другими предприятиями. Это обусловлено изменениями факторов внешней среды. Кроме того, стремительно изменяются условия функционирования самого торгового предприятия. Следовательно, процесс управления должен определяться параметрами окружающей среды и их переменными величинами в пределах торгового предприятия.

Управление коммерческой деятельностью магазина «Спортмастер» базируется на общих принципах и методах управления. Рассмотрим основополагающие принципы построения управления коммерческой деятельностью магазина.

Рисунок 1 - Основные принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия

Рассмотрим более подробно содержание элементов данной схемы:

- Обеспечение согласованности между подразделениями (службами). Каждому подразделению (службе) магазина свойственны определенная предназначенность и выполняемые функции, т. е. они обладают в той или иной степени автономностью. Вместе с тем их действия должны быть скоординированы и согласованы во времени, что обуславливает единство системы управления торговым предприятием.
- Обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия. Коммерческая деятельность формируется и изменяется в соответствии с интересами и потребностями предприятия. Следовательно, функции управления коммерцией реализуются с учетом целей торгового предприятия.
- Обеспечение иерархичности структуры управления. Характерным признаком управления является иерархический ранг. Организация управления коммерческой деятельностью должна быть ориентирована на вертикальные и горизонтальные связи.
- Обеспечение комплексного подхода в управлении. С позиции комплексности принимаются во внимание все факторы, воздействующие на управленческие решения коммерческой деятельности. Предусматривается также связь коммерческих процессов торгового предприятия с субъектами внешней среды. Обеспечение малозвенности в структуре управления. Под малозвенностью понимается несложная структура управления. Но при этом должны достигаться стабильность и надежность управления коммерческой деятельностью.
- Обеспечение адаптивности структуры управления. Внутренняя и внешняя среда подвержена постоянным изменениям. Особенно это проявляется в период зарождения потребительского рынка. Поэтому гибкость и приспособляемость структуры управления коммерческой деятельностью к переменам и условиям окружающей среды имеют существенное значение.

Управление коммерческой деятельностью нельзя отделить от системы управления торговым предприятием, которое выполняет еще и функции, связанные с технологической, экономической и финансовой деятельностью. Следовательно, при построении структуры управления коммерческой деятельностью необходимо учитывать взаимодействие и соподчиненность всех составляющих элементов, образующих целостную систему управления торговым предприятием.

2.2 Основные экономические показатели коммерческой деятельности ООО «Спортмастер»

На первом этапе рассматриваются и анализируются основные экономические показатели деятельности данного предприятия.

Таблица 1

Основные показатели деятельности ООО «Спортмастер», тыс.руб.

Показатели	2017	2018	Отклонение	Темп роста
Товарооборот	2841,2	3169,6	328,4	111,5
Реализованная торговая надбавка	2380,6	2527,3	146,7	106,1
- сумма	83,79	79,73	-4,06	-
- в % к товарообороту				
Издержки обращения	1836,2	1824,5	-11,7	99,3
- сумма	95,64	57,56	-38,08	-
- в % к товарообороту				

Прибыль от реализации	544,4	702,8	158,4	129,1
- сумма	28,35	33,21	4,86	-
- в % к товарообороту				
Прибыль от неторговой деятельности	18,0	30,8	12,8	171,1
Внереализационные расходы	-	-	-	-
Внереализационные доходы	526,2	652,8	126,6	124,1
Балансовая прибыль	1088,6	1386,4	297,8	168,6
- сумма	56,70	65,52	8,82	-
- в % к товарообороту				

Анализ показателей деятельности ООО «Спортмастер» показал, что товарооборот в 2018 году составил 3169,6 тыс. р., что на 328,4 тыс. р., или на 11,5% больше, чем в 2017 году. Реализованная торговая надбавка или валовой доход увеличился на 146,7 тыс. р. или на 6,1% и составил 2527,3 тыс. р. Сумма издержек обращения уменьшилась на 11,7 тыс. р. или на 0,7%. Если увеличился валовой доход, а издержки обращения уменьшились, то прибыль от реализации должна стать выше, что и можно увидеть из таблицы, прибыль увеличилась на 158,4 тыс. р. или на 29,1%. Эти показатели говорят о повышении эффективности деятельности предприятия. Можно сделать вывод, что руководители данного предприятия нашли эффективные пути развития; потому, что, если бы это было повышение качества товара или внедрение новых технологий, это отразилось бы на издержках обращения; а по таблице видно, что издержки обращения снижаются.

Далее по таблице видно, что и прибыль от неторговой деятельности, и внереализационные доходы увеличились, соответственно на 12,8 тыс. р. или на 71,1%; и на 126,6 тыс. р. или на 24,1%. Вследствие этого изменилась в сторону плюса и балансовая прибыль на 297,8 тыс. р. или на 68,6%.

Проанализировав данные по таблице можно сказать, что все показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятия, увеличиваются, что благоприятно сказывается на прибыльности предприятия.

Таблица 2

Основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Спортмастер»

Показатель	2017		2018		Отклонение		
	Сумма, тыс. р.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. р.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. р.	Удельный вес, %	Темп роста %
Товарооборот, тыс.р.	2841,2	100	3169,6	100	328,4	-	111,5
Валовой доход, тыс.р.	2380,6	83,78	2527,3	79,73	146,7	-4,05	106,1
Издержки обращения, тыс.р.	1836,2	95,63	1824,5	57,56	-11,7	-38,07	99,3
Прибыль от реализации, тыс.р.	544,4	28,35	702,8	33,21	158,4	4,86	129,1
Прибыль от прочих видов деятельности, тыс.р.	18	0,94	30,8	1,46	12,8	0,52	171,1
Внерезализационные расходы, тыс.р.	-	-	-	-	-	-	-

Внереализационные доходы, тыс.р.	526,2	27,41	652,8	30,85	126,6	3,44	124,1
Балансовая прибыль, тыс.р.	1088,6	56,7	1386,4	65,52	297,8	8,82	127,4
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.р.	185,4	9,66	306,8	14,5	121,4	4,84	165,5
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.р.	236,6	12,32	238,0	11,25	1,4	- 1,07	100,6

Анализ основных экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Спортмастер» показывает, что товароборот, валовой доход, прибыль от реализации, прибыль от прочих видов деятельности, внереализационные доходы, балансовая прибыль увеличиваются, что описано в анализе показателей таблицы 2.

Среднегодовая стоимость основных фондов увеличилась на 121,4 тыс. р. или на 65,5% и составила 306,8 тыс. р. Среднегодовая стоимость оборотных средств увеличилась на 1,4 тыс. р. или на 0,6%. Но удельный вес оборотных средств в товарообороте снизился на 1,07%. Чтобы объяснить ситуацию нужно рассмотреть взаимосвязь показателей; чтобы удельный вес снижался, необходимо, чтобы стоимость оборотных средств снижалась, а товароборот увеличивался. Между показателями рентабельности продукции (нормы прибыли) и рентабельности ее активов существует определенная взаимосвязь, которая выражается формулой: рентабельность равна отношению чистой прибыли к сумме активов или произведению нормы прибыли от всей деятельности и коэффициента отдачи активов.

Первый сомножитель - норма прибыли от всей деятельности. Второй имеет несколько названий: коэффициент общей отдачи активов; оборот капитала, вложенного в активы; производительность капитала; показатель ресурсоотдачи.

Если оборот капитала, вложенного в активы, трактуется как коэффициент отдачи, то коэффициент общей отдачи активов характеризует величину выручки от реализации, которую предприятие снимает с каждого рубля в, вложенного в активы.

Если этот показатель рассматривается как оборот капитала, то он означает сколько раз в течение года капитал, вложенный в активы, замещается выручкой от реализации продукции. В целом по таблице можно сказать, что предприятие осуществляет успешную предпринимательскую деятельность, это говорят показатели, характеризующие прибыльность и уровень рентабельности предприятия.

Таблица 3

Анализ прибыльности ООО «Спортмастер»

Показатель	2017	2018	Отклонение	Темп роста
Выручка (без НДС) тыс. р.	3417,6	3783,8	366,2	110,7
Расходы, связанные с реализацией продукции, тыс. р.	490	534,8	44,8	109,1
Прибыль от реализации продукции, тыс. р.	544,4	702,8	158,4	129,1
Балансовая прибыль, тыс. р.	1088,6	1386,4	297,8	127,3
Чистая прибыль, тыс. р.	150,0	204,0	54,0	136,0
Коэффициент прибыльности (3/1)	0,16	0,19	0,03	-
Коэффициент эксплуатационных затрат (2/1)	0,14	0,13	-0,01	-

Рентабельность реализованной продукции ($3/2*100$), %	16	19	3	-
Рентабельность производственной деятельности (норма прибыли), %:	22,48	25,32	2,84	-
- по балансовой прибыли	21,38	21,71	0,34	-
- по чистой прибыли				

Проанализировав таблицу прибыльности ООО «Спортмастер» видим увеличение доходности. По сравнению с предыдущим годом увеличился коэффициент прибыльности на 0,03, что связано с уменьшением эксплуатационных затрат. Этот факт подтверждается увеличением рентабельности продукции, исчисленной по отношению к расходам по реализации продукции.

2.3 Улучшение показателей коммерческой деятельности ООО «Спортмастер» путем оптимизации финансового обеспечения предприятия

Проведенный анализ показывает, что показатели прибыли и рентабельности магазина имеют тенденцию к росту. Это связано с тем, что за время своего существования магазин, с одной стороны, приобрел свой круг постоянных клиентов, который неуклонно расширяется, что приводит к увеличению объема продаж супермаркета; а с другой стороны, наладил тесные связи с поставщиками, что позволяет приобретать товары для супермаркета со скидкой, снижая тем самым себестоимость товаров.[\[11\]](#) Но, даже при этом, возможности повышения показателей прибыли и рентабельности магазина все равно существуют.

Для совершенствования продаж товаров можно рекомендовать внедрение системы автоматизированного товарно-складского учета IBS Trade House. Данная система и интегрированные в нее кассовые терминалы IBM – обеспечивают наличие полной оперативной отчетности во всех разрезах: кассовый узел, торговый зал, склад, распределительный центр, удаленный офис, сеть магазинов,

оптовый склад. Это позволяет руководителю торгового предприятия обладать достоверной информацией по запасам, закупкам и ассортименту, автоматизирует процесс составления заказов поставщику, предупреждает потери предприятия, вызванные пересортицей и хищениями персонала.

Практика показала, что одним из важнейших средств, которые вы выигрываете, является снижение непроизводственных затрат и потерь. Непроизводственные затраты и убытки приводят к снижению эффективности организации торговли.

Состав непроизводственных расходов и потерь весьма разнообразен. В этой организации можно разделить потери рабочего времени продавцов, потери от кражи магазина, потери при транспортировке продавцов в магазин, а также потери продукции, превышающие срок ее хранения.

Следует отметить, что убытки можно разделить и сохранить в тайне. Потери, отраженные в непроизводственных расходах, потери и перерасход средств на индивидуальные расходы. Трудно и в то же время очень важно распознать скрытые потери. Например, транспортные потери обычно не документируются. Недостатки в бухгалтерском учете, производственные потери, главным образом, потому, что они часто снимают ответственность за рациональное использование ресурсов и исключают возможность контроля за их использованием.[\[12\]](#)

Скрытыми убытками являются транспортные приписки о количестве перевозимых грузов. Поэтому, в первую очередь, система стабилизировала учет, контроль и анализ всех видов ресурсов организации, целью которых является предоставление всесторонней и достоверной информации, лидерам ИТ о потерях во всех сферах деятельности магазина.

Прежде всего, необходимо провести работу по сокращению кредиторской задолженности. Немаловажный фактор в финансовом положении компании – улучшение контрактной и договорной дисциплины.

Оптимизация запасов, хранящихся в интернете, должна быть централизованной закупкой. Поэтому необходимо организовать один логистический закрытый распределительный центр.

Увеличьте вовлеченность сотрудника сетевого магазина в работу, нужно добавить ему мотивации. Материальная мотивация является одним из важнейших факторов достижения результата в работе продавца. Два других не менее важных фактора — это другие условия обучения и работы, предлагаемые компанией. Зарплата

сотрудников организации должна напрямую зависеть от количества ее продаж. Продавцы должны выполнять договор найма, в котором четко прописаны условия их работы. При этом продавец знает, чего от него ожидает компания (результаты, цифры) и что он получает в том случае, если добивается определенных результатов (заработная плата).

Компания со своей стороны, во-первых, создает основу для достижения больших доходов, а во-вторых, может расписывать бюджет и расходы, связанные с продажей. Необходимо также проводить тренинги по продажам с персоналом магазина. Очень полезно для регулярного обучения торгового персонала магазинов сотрудникам компаний-производителей (это повышает знания о товаре, лояльность к продукции бренда и повышает самооценку продавцов).[\[13\]](#) Хороший эффект можно дать в различных конкурсах, организуемых производителями торгового персонала ежемесячно для поощрения бестселлеров, награждения лучших сотрудников по результатам различных акций шоппинга. Можно также рекомендовать увеличить долю фонда в социальной организации.

Для повышения эффективности работы магазина "Спортмастер" проводятся мероприятия по унификации деятельности торгового персонала. Это должно быть:

1. Разработать единый кодекс поведения на рабочем месте и в Службе поддержки клиентов и систему правоприменения.

Для этого необходимо описать:

- Информация о компании и продукте;
- Общие вопросы трудовой дисциплины, включая внешний вид;
- Стандартное взаимодействие между сотрудниками;
- Стандарт общения с покупателем в ходе продажи и обслуживания.

2. Разработать профиль для позиции "продавец-консультант" и "кассир", который включает необходимые знания, навыки и личностные качества работы консультанта по продажам (кассира) применение оценочного листа.

3. Разработка учебных материалов для обучения торгового персонала.

Методические пособия были разработаны с учетом требований торгового персонала, определены как единые стандарты поведения на рабочем месте и обслуживания клиентов, так и профили должностей "продавец-консультант" и "кассир".

Набор ручной книги стал:

- Элементарная информация о компании и ее продукции;
- Базовые стандарты продаж и обслуживания;
- Курс эффективной работы с клиентами (продвинутый уровень продаж и навыков обслуживания).

4. Использование встроенных тренингов торгового персонала было разработано для систематического руководства по применению единых стандартов поведения на рабочем месте и обслуживания покупателей и овладения необходимыми знаниями и навыками согласно профилю должности. Эффективность работы персонала можно оценить методом "на глазах у покупателя".

Этот метод оценивает следующие навыки:

- Описательная характеристика внешнего вида (одежда, внешний вид, наличие бейджа);
- Возможность связаться и начать разговор;
- Умение задавать вопросы и правильно слушать с целью выяснения явных и скрытых потребностей;
- Умение правильно завершить разговор.

Кроме того, мы оцениваем:

- Внешний вид и работа администраторов;
- Организация торгового пространства и атмосфера в магазине.

Результаты аудита должны быть представлены в письменном отчете, который включает следующую информацию:

- Общие замечания о работе отделов, включая рекомендации на будущее;
- Общие замечания и рекомендации по повышению эффективности работы торгового персонала, в том числе рекомендации по внешнему виду, обучению, постоянному контролю и оценке их работы;
- Индивидуальные отчеты для каждого оцениваемого сотрудника, включая его сильные и слабые стороны, указанные выше навыки и способности.

Для борьбы с магазинными кражами необходимо вложить часть средств накопительной организации фонда в установку эффективного видеонаблюдения в торговом зале супермаркета. Стеллажи с товарами импульсивного спроса и малогабаритного типа должны быть установлены возле кассовых аппаратов.

Для борьбы с потерей продуктов, превышающих срок их хранения, необходимо более детально изучить потребительский спрос на эти продукты.

Таким образом при соблюдении вышеуказанных пунктов можно добиться повышения эффективности каждого отдела и снижения затрат.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной курсовой работе был проведен анализ методов продаж, применяемых магазином «Спортмастер». Анализ показал, что данный магазин является динамично развивающимся торговым предприятием, использующим современные методы продаж и наращивающим свою прибыль. В качестве метода совершенствования методов продаж в магазине «Спортмастер» предлагается внедрение многопользовательского сетевого программного комплекса (ПК) IBS Trade House, предназначенного для автоматизации процессов товарно-складского учета и розничной торговли предприятия любого уровня. Автоматизированная система учета позволяет в корне изменить уровень обслуживания клиентов, повысить скорость и качество обслуживания покупателей за счет установки подключенных к системе компьютерных кассовых машин (POS-терминалов).

С укрупнением предприятия круг проблем, встающих перед руководителем, значительно расширяется. В организациях с разветвленной бизнес структурой уже не ограничиться программами, решающими узкие специфические задачи учета: реализацию, зарплату, главную книгу, склад и т. п. Здесь приоритетными становятся интегрированные системы управления предприятием.

Интегрированность системы подразумевает совместное, взаимосвязанное по определенным правилам функционирование отдельных блоков или модулей программы, предназначенных для выполнения конкретных задач: финансы, логистика, дистрибуция, управление кадрами, управление запасами, производством и т. п. – на основе одних и тех же групп параметров и данных.

При пользовании интегрированной системой можно в любой момент времени получить обновленную на текущую дату информацию о финансовом состоянии предприятия, картину незавершенного производства результаты производственных заказов с анализом фактической и нормативной себестоимости.

В работе были предложены следующие пути оптимизации коммерческой деятельности предприятия:

- Совершенствование договорной работы и договорной дисциплины;
- Снижение непроектных потерь и расходов;
- Оптимизация объема складских запасов;
- Повышение мотивации торгового персонала.

Приведенные рекомендации будут способствовать повышению эффективности деятельности торговой группы «Спортмастер».

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрютин, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. Пособие [текст] / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 2018. – 654с.
2. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы [текст] / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – Москва: СИНТЕГ, 2018. – 676 с.
3. Бунеева, А.А. Коммерческая Деятельность: Организация И Управление [текст] / А.А.Бунеева. – Москва: РГГУ, 2018. – 567 с.
4. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление [текст] / Р.И. Бунеева. – М.: Феникс, 2017. – 368 с.
5. Васильева, Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник [текст] / Л.С. Васильева, М.В. Петровская - М., КНОРУС, 2017. –544 с.
6. Гинзбург, А.И. Экономический анализ [текст] / А.И. Гинзбург. – СПб.: Питер, 2017. – 208с.
7. Грачев, А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия [текст] / А.В. Грачев. – М.: Финпресс, 2016. – 306с.
8. Деятельность коммерческих банков [электронный ресурс] / Под редакцией А.В. Калтырина. – Москва: Гостехиздат, 2017. – 400 с.
9. Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник [текст] / Л.В. Донцова. – М.: Дело и Сервис, 2017. – 368с.
10. Друцкая, М.В., Платова С.Ю. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [текст] / М.В. Друцкая, С.Ю. Платова. – М.: РосЗИТЛП, – 2016. – 31с.
11. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность [текст] / Т.Н. Жукова. – М.: Вектор, 2017. – 256 с.

12. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности [текст] / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2016. – 272 с.
 13. Ковалев, В.В, Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [текст] / В.В.Ковалев. О.Н. Волкова, – М.: Проспект, 2018. – 353с.
 14. Ковалева, А.М., Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учебник [текст] / А.М. Ковалева, М.Г. Лапуста. – М.: ИНФРА, – 2017.- 358с.
 15. Коммерческая деятельность [текст] / И.М. Синяева и др. – М.: Юрайт, 2017. –506 с.
 16. Любушин, Н.П., Лещова В.Б. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [текст] / Н.П.Любушин, В.Б. Лещова. –М.: Юнити, 2017. – 473с.
 17. Маркарьян, Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ [текст] / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 548с.
 18. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности [текст] / Э.А. Маркарьян. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. –560с.
 19. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. [электронный ресурс] / – М.: Феникс, 2017. – 136 с.
 20. Оканова, Т. Н. Налогообложение коммерческой деятельности [текст] / Т.Н. Оканова. – М.: Юнити–Дана, 2016. – 288 с.
 21. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность [текст] / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - Москва: Мир, 2017. – 500 с.
-
1. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы [текст] / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – Москва: СИНТЕГ, 2018. – 676 с. [↑](#)
 2. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность [текст] / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - Москва: Мир, 2017. – 500 с. [↑](#)
 3. Маркарьян, Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ [текст] / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 548с. [↑](#)
 4. Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. Пособие [текст] / М.С. Абрютина, А.В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 2018. – 654с. [↑](#)

5. Деятельность коммерческих банков [электронный ресурс] / Под редакцией А.В. Калтырина. – Москва: Гостехиздат, 2017. – 400 с. [↑](#)
6. Бунеева, А.А. Коммерческая Деятельность: Организация И Управление [текст] / А.А.Бунеева. – Москва: РГГУ, 2018. – 567 с. [↑](#)
7. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности [текст] / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2016. – 272 с. [↑](#)
8. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление [текст] / Р.И. Бунеева. – М.: Феникс, 2017. – 368 с. [↑](#)
9. Друцкая, М.В., Платова С.Ю. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [текст] / М.В. Друцкая, С.Ю. Платова. – М.: РосЗИТЛП, – 2016. – 31с. [↑](#)
10. Любушин, Н.П., Лещова В.Б. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [текст] / Н.П.Любушин, В.Б. Лещова. –М.: Юнити, 2017. – 473с. [↑](#)
11. Грачев, А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия [текст] / А.В. Грачев. – М.: Финпресс, 2016. – 306с. [↑](#)
12. Оканова, Т. Н. Налогообложение коммерческой деятельности [текст] / Т.Н. Оканова. – М.: Юнити–Дана, 2016. – 288 с. [↑](#)
13. Васильева, Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник [текст] / Л.С. Васильева, М.В. Петровская - М., КНОРУС, 2017. –544 с. [↑](#)