Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/248096>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Экономика

Введение 3

1 Теоретические аспекты совершенствование коммерческой деятельности в современных условиях 5

1.1 Понятие и сущность коммерческой деятельности 5

1.2 Направления коммерческой деятельности 7

1.3 Пути и методы совершенствования коммерческой деятельности 9

2 Анализ организации деятельности торгового предприятия на примере ПАО «Магнит» 13

2.1 Организационно-экономическая характеристика ПАО «Магнит» 13

2.2 Анализ организации коммерческой деятельности ПАО «Магнит» 22

2.3. Меры по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия ПАО «Магнит» 29

Заключение 39

Список использованной литературы 41

Введение

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что развитие розничной торговли требует создания специальных сервисов для изучения и прогнозирования потребительского спроса. Формирование оптимального ассортимента товаров, анализ и определение прогрессивных форм и методов розничной торговли на уровне региона, области, района при жесткой поддержке государственных и муниципальных органов власти с целью мониторинга прогресса розничной торговли, освоения новых видов товаров.

Правильная организация коммерческой работы в рамках розничной торговли способствует росту товарооборота, достаточно полному удовлетворению совокупного спроса населения и получению коммерческого успеха.

Процесс покупки и продажи товаров является функцией торговой компании, которая осуществляет свою деятельность на основе полного экономического расчета. Предприятия розничной торговли в условиях функционирования рыночной экономики представляют собой самостоятельное звено в торговле и сфере услуг.

Розничная сеть предоставляет возможность быстро, удобно, с минимальными затратами сил и времени приобрести необходимые товары и услуги в условиях свободного выбора и широкого ассортимента, недалеко от места работы и жилья в необходимом количестве.

Процесс продажи товаров характеризуется наличием жесткой конкуренции. Прежде всего, это конкуренция в планировании ассортимента и разработке новых образцов, также следует отметить конкуренцию цен, по которым товары предлагаются на рынке. Роль руководства должна заключаться в том, чтобы умело сочетать финансы предприятия с ассортиментной политикой, обеспечивающей рост прибыли.

Тщательно разработанная ассортиментная политика предприятия служит указателем руководству, стратегическим направлением, на котором должно сосредоточиться предприятие, что, в свою очередь, позволяет сотрудникам предприятия ориентировать свою работу с наибольшей отдачей.

Правильный выбор ассортиментной политики организации служит своего рода гарантией, что выгодные возможности не будут упущены.

Объектом исследования является розничное торговое предприятие ПАО «Магнит»

Предметом исследования является организация коммерческой деятельности.

Целью данной работы является анализ совершенствования организации деятельности торгового предприятия.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

-рассмотреть понятие и сущность коммерческой деятельности;

- изучить направления коммерческой деятельности;
- исследовать пути и методы совершенствования коммерческой деятельности;
- дать организационно-экономическую характеристику ПАО «Магнит»;
- провести анализ организации коммерческой деятельности ПАО «Магнит»;
- разработать меры по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия ПАО «Магнит».

В работе использовались разные методы исследования: анализ, оценка, прогнозирование, обобщение показателей коммерческой деятельности ПАО «Магнит».

1 Теоретические аспекты совершенствование коммерческой деятельности в современных условиях

1.1 Понятие и сущность коммерческой деятельности

Торговля - это своего рода коммерческое предприятие или предприятие, но благородное предприятие, предприятие, которое является основой любой действительно цивилизованной рыночной экономики [11]. Слово "торговля" имеет латинское происхождение, что переводится как торговля. Но этот термин имеет двоякое значение: в первом случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства, в другом – бизнес-процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров [21].

Предпринимательская деятельность, по словам Кашаевой И. А., представляет собой вид предпринимательской деятельности, осуществляемой самостоятельно и на свой страх и риск физическими и юридическими лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке в качестве предпринимателя. Коммерческая деятельность направлена на систематическое получение прибыли путем продажи товаров, выполнения работ или предоставления услуг на оптовых рынках с целью продвижения товаров производителей оптовым потребителям [3].

Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля определяет торговлю как "торговля, торговля, оборот". Эти концепции подразумевают осуществление актов купли - продажи с намерением покупать дешевле и продавать дороже. В более широком смысле под торговлей часто понимают любую деятельность, направленную на получение прибыли.

Но широкое толкование коммерческой деятельности несовместимо с подходом к торговле как бизнес-процессу реализации актов купли-продажи.

По мнению авторов учебника "деловая деятельность" Панкратова и Солдатовой, деловая деятельность - это более узкое понятие, чем предпринимательство. Предпринимательство - это организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход. Предпринимательство может означать организацию промышленного предприятия, коммерческого предприятия, сервисного предприятия, банка, юридической фирмы. Из всех этих видов коммерческой деятельности только торговля является чисто коммерческой деятельностью. Таким образом, торговля должна рассматриваться как форма (формы) ведения бизнеса. В то же время в определенных видах коммерческой деятельности могут совершаться сделки по купле-продаже товаров, сырья и заготовленной продукции, то есть элементы коммерческой деятельности могут осуществляться на всех видах бизнеса, но не на всех видах. не детерминанты [25].

А по мнению Л. М. Осиповой и И. М. Синяевой, коммерческая деятельность - это совокупность операций организаций по исследованию рынка, рекламе, вступлению в договорные отношения с посредниками, банками [1].

Деловую деятельность можно разделить на несколько этапов.

Эти шаги:

- изучение спроса и определение спроса на товары;
- выявление поставщиков товаров, установление с ними экономических отношений;
- коммерческая деятельность по оптовой продаже продукции;
- розничная коммерческая деятельность;
- формирование ассортимента и управление запасами;
- рекламная и информационная деятельность;
- оказание коммерческих услуг [18].

Работа коммерческой организации оценивается с помощью таких показателей, как:

- объем реализации товаров, уровень затрат на оборот;
- оборот (среднее время обращения запасов за определенный период времени);
- оборот (объем реализации товаров и услуг в денежном выражении за определенный период времени) [17].

По характеру функций, выполняемых в сфере товарооборота, процессы и операции, выполняемые в торговле, можно разделить на два типа: производственные или технологические; коммерческие или чисто коммерческие.

Бизнес-процессы - это процессы, которые включают покупку и продажу товаров [7].

Коммерческие услуги по их функциональному содержанию могут быть отнесены как к бизнес-процессам, так и к технологическим.

Основной принцип торговли состоит в том, чтобы охватить этапы продвижения продукта от производителя к потребителю посредством торговых действий, гарантируя снижение затрат на оборот и получение реальной прибыли от продажи продукции [10].

Для предпринимателя важным моментом при заключении сделки является доход, а для потребителя выгодой является необходимый ему товар (услуга), если он в первую очередь отвечает его потребностям. Потребитель является полноправным участником коммерческой деятельности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что именно потребитель является важным субъектом деловых отношений между поставщиками товаров и розничными сетями.

1.2 Направления коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность осуществляется в условиях рыночных отношений. Чтобы реализовать свои планы доходов, предприниматели должны принимать решения, основанные на различных данных, включая юридические, экономические, торговые, покупательские и другие аспекты функционирования бизнеса [22]. Функции коммерческой деятельности реализуются в следующих областях:

1. Определение основных этапов коммерческой деятельности предприятия. Сюда входит анализ задач и постепенное их решение путем реализации тактических и стратегических бизнес-планов и мероприятий. Эффективная торговая политика усиливает влияние компании на рынке, способствует рациональному и конкурентному развитию компании.
2. предпринимательская деятельность должна осуществляться на основе комплексного подхода. Все элементы торговой системы работают бесперебойно и направлены на достижение основной цели.
3. управляйте товарными и денежными отношениями с другими организациями путем установления долгосрочных доверительных отношений с контрагентами, поставщиками и покупателями [14].
4. Изучите спрос, благосостояние потребителя, его мотивацию при покупке.
5. Постоянный мониторинг конкурентной среды внешней.
6. ведите деятельность по адаптации своих собственных продуктов к меняющимся рыночным факторам. Учет расходов на предпринимательскую деятельность. Эта сфера должна быть прибыльной и покрываться за счет поступающих от нее доходов [6].

Организация деловой деятельности предполагает совокупность процессов, направленных на достижение одной цели. Это касается субъектов и объектов деловых отношений предприятия. Отслеживание собственных процессов, их анализ способствует формированию наиболее оптимальной системы. Для изучения текущей деловой деятельности компании используются общенаучные методы. Здесь они используют экономические данные, законы и подходы. Конкретные методы могут быть использованы для понимания более узких областей бизнеса. Например, опросы и анкеты, направленные на определение предпочтений клиентов. Могут быть выполнены математические расчеты моделей, описывающих бизнес-деятельность компании [15].

1.3 Пути и методы совершенствования коммерческой деятельности

Нынешняя ситуация, с одной стороны, характеризуется насыщением рынков товаров, а с другой - снижением покупательной способности населения, что усиливает конкуренцию в этом виде деятельности. В такой ситуации коммерческие предприятия выживают и успешно функционируют, что позволяет снизить затраты, связанные с продвижением продукции производителей потребителям [23].

В таких условиях эффективность коммерческих объектов становится решающим фактором их выживания. Поэтому определение перспективных направлений повышения эффективности работы предприятий розничной торговли является вполне актуальным.

Эффективность розничной торговли зависит от многих факторов, в первую очередь от объема продаж, качества работы персонала, местоположения торговой точки и т. д. [2] Каждый предприниматель использует свои собственные методы развития бизнеса, однако так или иначе они сводятся к трем основным группам: снижение транзакционных издержек; повышение цен; увеличение объема продаж [5]. Ниже приведены основные направления повышения эффективности работы коммерческих объектов, к которым относятся:

1. Оптимизация работы с поставщиками, что делает необходимым диверсификацию поставок. Например, разделение заказов между несколькими компаниями, что помогает магазину снизить зависимость от одного партнера и избежать пустых полок. В связи с этим компании должны получать достоверную информацию о деятельности новых контрагентов. Новые поставщики должны проходить проверку в специализированных системах (SPARK, Contour и т. д.), которые позволяют сделать вывод о целостности организаций [13].

Новый поставщик может воспользоваться "пробным периодом", заключив краткосрочный контракт, который позволит ему оценить, как он выполняет свои обязательства и успешно ли продается его продукция. Этот аспект управления также важен с точки зрения бухгалтерского учета, поскольку компания принимает расходы по налогу на прибыль компаний и вычеты по НДС в рамках договорных отношений [24].

2. Оптимизация процесса формирования ассортимента продукции с учетом динамики спроса. Полный анализ покупок, оценка количества проданных единиц, их товарооборота, совместимости с другими продуктами, сезонности и т. д. важно правильно распределить ассортимент продукции в зависимости от доли продаж и приносимой ими прибыли, выявить неликвидные товары, которые занимают склады и полки магазинов. Одним из способов обращения с неликвидными товарами может быть организация акций с выдачей этих товаров в качестве подарков при покупке других товаров. С точки зрения распределения площади, оптимальными считаются 20 предметов на квадратный метр [8].

3. Составление эффективного графика деловой активности, удобного для ключевых клиентов. В то же время необходимо оценить целесообразность, например, круглосуточного открытия магазина с точки зрения дополнительных затрат на оплату труда персонала, а также дополнительной безопасности помещений.

4. автоматизация системы учета и построение четкой логистической системы. Эти меры позволяют снизить закупочные цены, проанализировать содержимое склада и предоставить информацию в режиме реального времени, оптимизировать складские балансы в магазинах и свести к минимуму количество персонала.

5. Создание "программы лояльности". Это может быть кампания по сбору "жетонов", "наклеек" для буклета, предоставленного розничным

1. Борисов, Е. Ф. Коммерческая деятельность: Учебник для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле».- М.:Юристъ, 2019.-568 с.

2. Бондарькова О.А. Система управления коммерческой деятельностью предприятий торговли // Молодой ученый. - 2017. - № 9. - С. 20-25.

3. Борбодоев, М. М. Методологические аспекты организации коммерческой деятельности потребительских рынков // Молодой ученый. - 2020. - № 25 (129). - С. 248-251.

4. Бочаров, В.В. Организация коммерческой деятельности. - С.-П.: Питер, 2019. - 408 с.

5. Герасименко, В.В. Организация торговли. Учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2021. - 422 с.

6. Голубков Е.П. Коммерческая деятельность. - М.: Финпресс, 2018. - 628 с.

7. Ермакова Н.В. Коммерческая деятельность: сущность и основные направления // Коммерческий директор. - 2019. - № 2. - С. 65-69.

8. Журавлева Т. А. Оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия // Концепт. - 2019 - №6 - С. 18-22

9. Иванов, И.В., Баранов, В.В. Коммерческая деятельность. Стоимостной подход. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. - 504 с.

10. Ингрэм Томас Н. Профессиональные продажи.- СПб.:НЕВА, 2020. - 198 с.

11. Калиева, О. М. Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности // Инновационная экономика - 2020. - С. 99-103.

12. Крутякова, Т.Л. Коммерческая деятельность - М.: АйСи, 2019. - 224 с.

13. Ланкастер, Дж., Джоббер, Д. Продажи и управление продажами. - М.: ЮНИТИ, 2018. - 416 с.

14. Лопатина Е. И., Рыбаков С. И. Тенденции развития коммерческой деятельности в современной России // Концепт. - 2020. - №4. - С. 81-85.

15. Мусаев Д.Р. Коммерческая деятельность в розничной торговле: теоретические аспекты // Экономика. - 2019. - № 6. - С. 33-38.
16. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: Учеб. пособие. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 192 с.
17. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности - М.: ЮНИТИ ДАНА, 2019- 307 с
18. Родичева, В.П. Увеличение оборота розничной торговли как фактор улучшения результатов деятельности организаций//Экономический анализ: теория и практика. -2021. -№ 17. - С. 114
19. Синецкий Б. И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. - М: Юристъ, 2021. - 659 с
20. Строков, В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. - М.: Хорс, 2018. - 329 с.
21. Томилова Н.А., Карпович А.И. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 9(31). - Новосибирск: СибАК, 2019. - С. 131-139.
22. Третьяк С.Н. Коммерческая деятельность. Часть I. Основы теории и организации: Учеб. пособие - Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2019. - 354 с.
23. Тютюшкина Г.С. Организация коммерческой деятельности предприятия: Учеб. пособие - Ульяновск : УлГТУ, 2019. - 350 с
24. Щеглова Л.В. Особенности коммерческой деятельности малых предприятий в сфере розничной торговли // Экономические науки. - 2021. - № 58. - С. 50-56.
25. Щур Д. Л. Основы торговли. Оптовая торговля: Справочник руководителя, гл. бухгалтера и юриста. - М.: Дело и сервис, 2018 - 656 с.
26. Официальный сайт ПАО «Магнит» - <https://www.magnit.com/ru/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/248096>