

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

**Совершенствование деятельности организации розничной торговли
(на примере МУП «Колхозный рынок»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Мануйленко Марии Александровны

Научный руководитель:

доцент кафедры менеджмента

в образовании ИДПО СГУ, к.ф.н.,

доцент _____ «__» _____ 20__ г. / Н.Р. Вакулич /

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 20__ г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2018

Введение. Актуальность выпускной квалификационной работы бакалавра заключается в том, что в современных условиях розничная торговля является распространенным видом деятельности. Для удержания конкурентных позиций каждая организация розничной торговли принимает все возможные меры по совершенствованию своей деятельности.

Роль руководства должна заключаться в том, чтобы умело сочетать финансы организации с ассортиментной политикой, обеспечивающей рост прибыли. Правильно разработанная ассортиментная политика организации служит руководству указателем или стратегическим направлением, на которое необходимо ориентироваться организации, что в свою очередь позволяет сотрудникам ориентировать свою работу с наибольшей отдачей.

Расширение ассортимента и введение новых видов продукции позволяет торговым предприятиям расширять имеющиеся и охватывать новые сегменты покупателей.

Совершенствование деятельности розничного торгового предприятия заключается в удовлетворении запросов покупателей, увеличении объемов продаж.

Объектом исследования в данной бакалаврской работе является МУП «Колхозный рынок» г. Калининска.

Предметом исследования – совершенствование торговой деятельности МУП «Колхозный рынок» г. Калининска.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в изучении деятельности МУП «Колхозный рынок» и разработке предложений по увеличению объема продаж.

В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи:

- 1) рассмотреть современную розничную торговлю как вид коммерческой деятельности;
- 2) изучить методы совершенствования деятельности предприятия розничной торговли;

3) проанализировать производственно-хозяйственную деятельность МУП «Колхозный рынок»;

4) проанализировать объем продаж МУП «Колхозный рынок»;

5) рассмотреть введение нового товара на рынок как способ повышения объема продаж;

6) рассмотреть введение в деятельность рынка терминалов для оплаты с помощью банковских карт (эквайринга).

При написании выпускной квалификационной работы были использованы теоретические и эмпирические методы исследования.

Практическая значимость бакалаврской работы состоит в возможности применения предложенных мер для повышения объема продаж МУП «Колхозный рынок».

Опытно-экспериментальной базой бакалаврской работы является МУП «Колхозный рынок».

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Первая глава «Теоретические основы совершенствования деятельности торговой организации», вторая глава «Анализ хозяйственно – экономической деятельности МУП «Колхозный рынок», третья глава «Мероприятия по увеличению объема продаж».

Согласно поставленным задачам в основной части работы последовательно рассмотрены современная розничная торговля как вид коммерческой деятельности, методы совершенствования деятельности предприятия розничной торговли, анализ производственно хозяйственной деятельности МУП «Колхозный рынок», анализ объема продаж МУП «Колхозный рынок», предложены мероприятия по введению нового товара на рынок как способ повышения объема продаж рассмотреть введение в деятельность рынка терминалов для оплаты с помощью банковских карт (эквайринга).

Основное содержание работы. В первом разделе «Теоретические основы совершенствования деятельности торговой организации»

рассматриваются понятие розничной торговли, значение розничной торговли в цикле доведения продукции и услуг до конечных потребителей, виды реализации продукции, классификация розничных торговых предприятий. Дается характеристика продовольственного рынка, описываются пути и методы совершенствования деятельности розничного торгового предприятия. Автор приходит к выводу, что предприятию розничной торговли необходимо осуществлять анализ рыночных процессов, изучать спрос и предложение на товары, именно это позволит предприятию розничной торговли формировать ассортимент товаров, удовлетворяющий спрос максимально возможного числа покупателей. Ведь чем больше спрос на товары торгового предприятия, тем выше тем сильнее его конкурентные позиции в рыночной торговле.

Во втором разделе «Анализ хозяйственно-экономической деятельности МУП «Колхозный рынок» г. Калининска» представлены результаты исследования организации. Изучение производственно-финансовой деятельности и динамики объема продаж позволили сделать следующие выводы:

- колхозный рынок предназначен для розничной торговли сельскохозяйственной продукцией;
- МУП «Колхозный рынок» имеет линейно-функциональную организационную структуру управления;
- Сравнительный анализ финансовых показателей за 2015-2016 гг. показал снижение выручки на 21,96%, снижение коммерческих расходов на 20%, но при этом было отмечено увеличение прочих расходов на 129%;
- Сумма добавочного капитала составляет 43,8% от общей суммы капитала;
- По результатам анализа производственно-финансовой деятельности было выявлено увеличение доходов на 934 тыс. руб., увеличение расходов на 1095 тыс. руб., увеличение операционных и внереализационных расходов на

132 тыс. руб., чистая прибыль сократилась в полтора раза и составила 327 тыс. руб.

В ходе проведения ABC-анализа:

были определены численные границы каждой группы товаров, группа «А» составляет 83,15% прибыли, группа «В» - 14,58%, группа «С» - 2,27%;

– было определено, что наибольшую прибыль МУП «Колхозный рынок» приносят: мясо (свинина) – 34%, мясо (говядина) – 32%, мясо (птица) – 12%, хлебобулочные изделия – 6%;

– молочная продукция 7%, рыба и морепродукты 2%, мясные деликатесы 4% и мясные полуфабрикаты 2% попали в группу «В»;

– в категорию «С» попали кондитерские изделия, напитки, мед, салаты и яйца, каждая категория товаров занимает менее 1% от общего объема продаж;

– была определена точка безубыточности равная 359506,25 рублей;

– SWOT-анализ показал, следующее:

- Возможность выхода на новые сегменты рынка и сильная сторона высокое качество обслуживания при правильных действиях руководства и сотрудников рынка позволят организации занять сильную конкурентную позицию в районе;

- Проведение грамотной политики привлечения новых покупателей позволит избежать угрозы изменения предпочтению потребителей, а также способствует увеличению спроса на продаваемые товары;

- Подключение большинства популярных средств оплаты увеличит количество покупателей рынка, которые пользуются безналичными видами оплаты;

- Постоянное изучение и прогнозирование на рынке продовольственных товаров позволит вовремя заметить ухудшение финансовой устойчивости организации.

– В ходе проведения PEST-анализа были выявлены факторы, влияющие на деятельность МУП «Колхозный рынок» подробнее представленные ниже:

- Политические факторы. Усиление российских розничных сетей повлияют на рынок образование дополнительных расходов ресурсов; усиление попыток со стороны правительства регулировать торговлю создает необходимость большего участия в различных лобби и ассоциациях; поддержка правительством конкурентов (магазинов шаговой доступности, дискаунтеров, социальных магазинов) означает возможный отток конечных потребителей.

- Экономические факторы. Уход с рынка мелких розничных продавцов означает увеличение рынка конечных потребителей; укрепление конкурентов- магазинов шаговой доступности сказывается возможным оттоком конечных потребителей; рост инфляции означает повышение спроса на товары с более низкой стоимостью, закупки товаров длительного хранения «впрок»; динамика курсов валют – снижение спроса на импортные товары, повышение – на российские.

- Социальные факторы. Демографические изменения, рост населения пенсионного и предпенсионного возраста влияет несоответствием традиционного ассортимента изменившейся структуре спроса.

- Технологические достижения. Широкое распространение средств автоматизации розничной торговли – ценовая конкуренция со стороны других торговых организаций.

– Внешняя среда рынка относится к типу внешней среды «изменяющаяся среда», которая проявляется из-за большого числа подобных торговых точек в городе;

– МУП «Колхозный рынок» находится в стадии роста, и с каждым годом увеличивая темпы развития, имеет большие перспективы для дальнейшего развития.

Расширение ассортимента ряда и вывод на рынок нового продукта.

Введение на рынок нового вида продукта является первым мероприятием по совершенствованию объема продаж. Определен процент увеличения цены равный 53%, от продажи одной единицы продукции рынок в среднем будет иметь 224 рубля выручки. Все непроданное, замоченное в соусе мясо, будет реализовываться в колбасном цехе, стоимость реализации такого мяса составит 350 рублей/кг. Прибыль от реализации 1 кг шашлыка составляет 500 рублей, а убыток от реализации непроданного сырого шашлыка мясоперерабатывающему предприятию 50 рублей. Минимальный доход при реализации шашлыка, как нового вида товара, составит -6000 рублей (закупили 300 кг а продали 30 кг), максимально возможная прибыль составит 75000 рублей. Для предупреждения убытков не следует закупать максимальное количество мяса для шашлыка, оптимальным будет закупка и реализация 180 кг мяса, т.к. даже при минимальной реализации покупателям убытков не будет, а при полной реализации данного объема прибыль составит 45000 рублей.

Улучшение сервисного обслуживания клиентов заключается в ведении нового вида оплаты (эквайринга). Улучшение сервисного обслуживания связано с тем, что во всех сферах деятельности активно применяются современные виды оплаты (интернет- кошельки, кредитные и дебетовые карты и даже счета мобильных телефонов). Все это связано с тем, что многовариантность методов оплаты дает высокую вероятность осуществления покупки и клиент не уйдет к конкурентам. Было решено установить четыре терминала для оплаты банковскими картами на территории МУП «Колхозный рынок». Годовая стоимость аренды четырех терминалов в год составит от 81600 до 105600 рублей, сумма банковской комиссии составит от 11800,27 до 59001,34 рубля за год. Планируемое увеличение клиентов составляет 10%, т.е. 6 человек. Объем выручки от продаж составит 2360053,5 рублей в год. Экономическая эффективность при минимальных затратах равна 2266653,23 рубля, при максимальных затратах 2195452,16 рублей.

С учетом того, что после введения эквайринга как нового вида оплаты у рынка увеличится количество покупателей мероприятие можно считать экономически целесообразным.

Социальным эффектом от данного мероприятия можно считать повышения статуса рынка в глазах покупателей.

Заключение. Розничная торговля – один из видов коммерческой деятельности по реализации товаров или услуг непосредственным потребителям. Продажа товаров и услуг является не единственным предметом розничной торговли, сюда также относятся торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг.

Экономическая значимость розничной торговли состоит в обеспечении быстрого и стабильного доведения товаров до потребителей.

Социальная значимость розничной торговли не ограничивается сокращением времени и сил на приобретение нужных товаров. Рост предприятий торговли способствует сокращению безработицы, трудоустройству молодежи.

В исследовании было подробно рассмотрено понятие розничной торговли как вида коммерческой деятельности. Розничная торговля способствует росту производства продукции более полному удовлетворению потребностей населения, успешному развитию экономических процессов.

К методам совершенствования деятельности предприятия розничной торговли рассмотренным в следующем подразделе первой главы, повышение комфортности и удобства покупателей, оформление выкладки товаров, повышение культуры обслуживания покупателей, анализ и определение эффективности тех или иных форм и методов торговли, разработка и конструирование новых видов изделий на основе прогнозов вероятного спроса, организация выставок и т.д.

В работе дана общая характеристика предприятия розничной торговли МУП «Колхозный рынок». Основным видом хозяйственной деятельности предприятия является торговля розничная прочая в неспециализированных

магазинах, обеспечивающая осуществление процессов купли-продажи для получения прибыли и удовлетворения спроса населения.

Целью МУП «Колхозный рынок» является осуществление продажи товаров сельскохозяйственных производителей, направленной на удовлетворение потребностей населения в результате деятельности и получение прибыли.

Далее был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности организации, который показал значительное снижение финансовых показателей. ABC-анализ выявил виды продукции, которые приносят организации наибольшую выручку к ним относятся: мясо свинина, мясо говядина, хлебобулочные продукты, мясо птицы. Определена точка безубыточности организации равная 359506,25 рублей

Мы определили, что рынок находится в трудном финансовом положении, показатели его финансово- хозяйственной деятельности с каждым годом сокращаются. Применение только наличного вида оплаты является причиной сокращения клиентской базы.

Для изменения финансового положения организации и для увеличения клиентов рынка были предложены следующие мероприятия:

1. Расширение ассортиментного ряда и вывод на рынок нового продукта;
2. Модернизация сервисного обслуживания покупателей МУП «Колхозный рынок» путем введения расчетов с помощью банковских карт.

За год реализации мероприятия по введению нового товара на рынок планируемая прибыль составит 2160000 рублей.

Мероприятия по введению расчетов с помощью банковских карт позволит организации увеличить клиентскую базу на 10%. Реализация мероприятия позволит получить выручку от продаж 2266653,23 рубля при минимальных затратах на мероприятие и 2195452,16 рублей при максимальных затратах на мероприятие.

В целом предложенные мероприятия могут принести рынку выручку от 4355452,16 рублей при максимальных затратах на второе мероприятие до 4426653,23 рублей при минимальных затратах на второе мероприятие.