

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/296698>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Товароведение

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА НА РЕЗУЛЬТАТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 5

1.1 Понятие ассортимента торгового предприятия 5

1.2 Анализ ассортимента в торговом предприятии 6

1.3 Влияние отдельных показателей ассортимента на результат коммерческой деятельности 7

2 ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА НА РЕЗУЛЬТАТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «ЛЕНТА» 9

2.1 Общая характеристика магазина «Лента» 9

2.2 Анализ ассортимента магазина «Лента» 22

2.3 Рекомендации по совершенствованию ассортимента в магазине «Лента» 26

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 29

ВВЕДЕНИЕ

Подлежащая продаже номенклатура товаров представляет собой торговый ассортимент. Он включает выпускаемыми многими предприятиями ассортимент товаров, и делится на следующие товарные отрасли: непродовольственные и продовольственные товары.

На товарные группы делится каждая из отраслей, в их состав включены товары, которые объединяются по таким признакам, как потребительское назначение, однородность материалов и сырья, степени сложности ассортимента.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА НА РЕЗУЛЬТАТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Понятие ассортимента торгового предприятия

Ассортимент становится конкурентным преимуществом среди разнообразия товаров. Это является основным определяющим показателем предпочтет ли этот магазин покупатель или выберет другой. Под ассортиментом товаров понимают объединенные по какому-либо признаку набор продукции, который предназначен для продажи населению. Этим признаком может являться размер, цвет, модель.

В ассортименте регулярно происходит заказ на склад товаров. На полках выкладка может появиться.

Магазин включает в ассортимент новый вид продукции, тогда товар появляется на полках.

При этом другого товара может быть временно не быть в наличии или больше его поставлять не будут.

По схожести назначению, а также по потребительским свойствам товар делят на ассортиментные группы: по качеству, внешнему виду, способу производства, функциональным особенностям, сфере применения.

В свою очередь каждая ассортиментная группа делится на подгруппы – объединенные общим назначением, общим названием, видами товаров.

Под торговым ассортиментом понимают ассортимент товаров в розничных торговых сетях и оптовых, которые реализуют продукцию конечным потребителям, а также заказывают продукцию у производителей.

То, что реализуется на полках в магазине является торговым ассортиментом. От того, какие товары пользуются популярностью, а также от потребительского спроса зависит торговый ассортимент. Также на него влияют ассортиментная политика организации, материально-техническая база, а также специализация магазина.

1.2 Анализ ассортимента в торговом предприятии

Главная задача любого предприятия — увеличение прибыли. Для этого можно вложить дополнительные средства и увеличить объемы работ, можно закупить новое оборудование или программное обеспечение и усовершенствовать производственный процесс, а можно пойти наиболее простым путем и извлечь максимум из того, что уже имеется.

Рационализировать ресурсы, а соответственно и оптимизировать работу компании, можно с помощью ABC-анализа — экономически обоснованного метода ранжирования сырья, запасов и прочих важных для предприятия «объектов». Применение результатов ABC-анализа позволяет повысить уровень логистики предприятия и, тем самым, минимизировать риски, сократить расходы и увеличить прибыль

1.3 Влияние отдельных показателей ассортимента на результат коммерческой деятельности

В ассортиментной политике должны учитываться следующие факторы: наличие в магазинах разнообразных товаров; устойчивость и гибкость ассортимента, его соответствие изменениям спроса и сезонным колебаниям; рациональное размещение товаров в магазинах. Все это принципиально важно.

В рыночной экономике формирование ассортимента является прерогативой самих торговых предприятий. В основу действующих в магазинах ассортиментных перечней положен производственно-технический признак группировки товаров, который не позволяет с достаточной полнотой учесть комплексность спроса, взаимную пополняемость товаров, сезонные особенности развития спроса и другие условия.

Для повышения социального уровня торгового обслуживания торгово-оперативные работники магазинов должны уделять особое внимание устойчивости ассортимента. С одной стороны, этот показатель существенно влияет на показатель уровня обслуживания, а с другой — свидетельствует о ритмичности поставок. Устойчивость ассортимента — ориентир для покупателя.

2 ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА НА РЕЗУЛЬТАТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «ЛЕНТА»

2.1 Общая характеристика магазина «Лента»

«Лента» — магазин, ассортиментом которого являются непродовольственные товары и продовольственные. Компания старается удовлетворить все запросы покупателей. Основная цель компании статья для каждой семьи номером один.

Магазин «Лента» является магазином, расположенным рядом с транспортными потоками и пешеходными. Благодаря дружелюбному сервису, удобной навигации, выкладке товаров в анализируемом магазине просто совершать покупки.

Основную часть ассортимента составляют продукты питания ежедневного спроса – хлеб, молочная продукция, свежие овощи и фрукты, мясная продукция, кондитерские изделия.

Благодаря мощной логистической системе возможен эффективный процесс доставки товаров в магазин. Дистрибьютерская сеть в компании организована для оптимизации в торговые точки поставки и обеспечения качественного хранения товаров, которая включает в себя 37 распределительных центров и 36 предприятия автотранспорта.

Своевременная доставка в магазин «Лента» обеспечивается благодаря собственному автопарку, включающим в себя 6000 автомобилей. Помимо этого, торговая сеть «Лента» является крупнейшим работодателем в России.

Более 27 000 человек составляет численность сотрудников в компании «Лента». Звание «Привлекательный работодатель года» компания получала неоднократно.

В России сложились предпосылки на розничном рынке для перехода на новый уровень развития. Современный потребитель повышает требования: хочет экономии бюджета при повышении качества обслуживания.

В ритейле так и не сформировался действительно лидирующий игрок. Новые малые игроки выигрывают дифференциацией, а крупные больше не могут конкурировать только ценой.

В будущем на потребительском рынке РФ выиграет тот, кто завоюет сердца покупателей.

Магазин «Лента» в таких условиях ставит цель стать главной потребительской площадкой, стратегической целью которой является покупатель.

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансовые результаты деятельности «Лента» за весь анализируемый период и аналогичный период прошлого года.

За весь рассматриваемый период организация получила убыток от продаж в размере 17401 тыс. руб., что составляет 2,7% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года убыток от продаж снизился на 24817 тыс. руб., или на 58,8%.

По сравнению с прошлым периодом в текущем наблюдался рост выручки от продаж на 3 962 тыс. руб. при одновременном уменьшении на 20855 тыс. руб. расходов по обычным видам деятельности. Прибыль от прочих операций в течение анализируемого периода составила 12033 тыс. руб., что на 33329 тыс. руб. (73,5%) меньше, чем прибыль за аналогичный период прошлого года.

Таким образом, выше была представлена общая характеристика деятельности «Лента».

За 2021г. стоимость имущества возросла на 43026 тыс. руб. и на конец года составила 722570 тыс. руб.

Увеличение активов организации было обусловлено ростом размера внеоборотных активов на 44614 тыс. руб. и в первую очередь основных средств до 410859 тыс. руб., при этом оборотные активы демонстрируют снижение на 1588 тыс. руб., в т. ч. денежные средства на 12412 тыс. руб.

Что касается капитала и резервов, то их стоимость в 2021 г. возросла на 33485 тыс. руб. за счет добавочного капитала, негативным моментом является убыток по нераспределенной прибыли, который увеличился до 75174 тыс. руб. В 2021 г. предприятие увеличило размер долгосрочных заемных средств на 4860 тыс. руб., что повлекло за собой увлечение долгосрочных обязательств. Также в 2021 г. наблюдается увеличение размера краткосрочных кредитов и займов, сумма которых увеличилась на 1979 тыс. руб. Рост кредиторской задолженности в 2021 г. составил до размера в 79767 тыс. руб.

Из анализа баланса следует, что большая часть имущества за анализируемый период находится в внеоборотных активах (59% на конец 2020 г.), оставшиеся 41% представлены в форме оборотных активов. В связи с уменьшением в 2021 г. размера денежных средств понизился их удельный вес в активах, при этом по-прежнему данные статьи не является определяющей в формировании активов предприятия.

2.2 Анализ ассортимента магазина «Лента»

Магазин «Лента» предлагает покупателю большой ассортимент товаров- около 13 тысяч наименований, включающий в себя продовольственные и непродовольственные товары. Из них 12 %- бакалейные товары и напитки, 31%-замороженные и молочные продукты, 13% - овощи и фрукты, 18%- гастрономические продукты, 10%-мясопродукты.

В основу построения ассортимента магазина положено рациональное соотношение отдельных групп товаров, учитывающее следующие принципы:

- обеспечение в магазине достаточной полноты товаров частого спроса, простого ассортимента, незаменимых и трудно-заменяемых в потреблении и спросе;
- обеспечение достаточной широты видов товаров по каждой группе и подгруппе товаров;
- установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.
- установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.

Численность ассортиментных позиций в данном магазине распределяется между продовольственными и непродовольственными.

Таким образом, основную долю занимают продовольственные товары, их доля составляет 66%, непродовольственные товары занимают 34% ассортимента.

Ассортимент продовольственных товаров расширяется в основном за счет овощей, фруктов, а также замороженных продуктов. Основные направления в области формирования ассортимента магазина «Лента» — это сокращение и расширение ассортимента, а также его обновление и совершенствование.

Проанализируем структуру ассортимента магазина «Лента».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Лента» — российская компания розничной торговли и одноименная сеть продовольственных магазинов (большая часть из них имеет формат «магазин у дома»).

Для крепкого здоровья важно употреблять продукты высокого качества, но не все производители и продавцы придерживаются этого мнения, поэтому стараясь заработать, они идут на разные хитрости, чтобы продать простроченный и небезопасный продукт.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»
- 2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)
- 3) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2021. — 256 с
- 4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2020. - 350с.
- 5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2020. - 500 с.
- 6) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2019. — 336 с.
- 7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2020. — 177 с.
- 8) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб. -метод. пособие. – СПб.: Университет ИТМО, 2020. – 97 с
- 9) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 288 с.
- 10) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2020. – 108 с.

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/296698>