

*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/325663>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Маркетинг

Введение 3

I. Аналитическая часть 6

2.1. Общая характеристика предприятия ООО «Пятерочка» 6

1.2. Анализ рыночной среды организации 10

1.2.1. Анализ макросреды 10

1.2.2. Анализ микросреды 11

1.3. Анализ комплекса маркетинга организации 15

1.4. Анализ товарной политики 16

1.4.1. Анализ потребности в продукции предприятия на рынке 16

1.4.2. Анализ товарной единицы 16

1.4.3. ABC-анализ ассортимента 17

1.5. Анализ ценовой политики 18

1.6. Анализ коммуникационной политики 21

II. Проектная часть 23

2.1. Теоретические аспекты по теме работы 23

2.1.1. Основные термины и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле 23

2.1.2. Факторы, влияющие на коммерческую деятельность в розничной торговле 27

2.2. Проектные мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности на розничном предприятии ООО «Пятерочка» 30

Заключение 36

Список использованных источников 38

Введение

Для преодоления экономического кризиса эффективное функционирование рыночной экономики во многом обусловлено уровнем осуществления бизнес-операций, как формы взаимодействия между отдельными отраслями, предпринимателями, предприятиями и хозяйствующими субъектами. Экономически обоснованные торговые вопросы являются основой функционирования рыночной экономики.

В современных условиях различные промышленные предприятия и торгово-брокерские организации сталкиваются со сложными проблемами в процессе осуществления предпринимательской деятельности - от установления деловых контактов с контрагентами и организации доступа к материальным ресурсам до сбыта продукции.

В новых экономических условиях рабочая группа сталкивается с необходимостью самостоятельно решать множество сложных задач ведения предпринимательской деятельности: от организации вопросов материального обеспечения, оптимизации производственного процесса до успешной продажи продукции в условиях высокой конкуренции на иностранные товары и услуги.

Успешно работать и функционировать будет предприятие на товарном рынке, отвечающее следующим принципам и условиям: поддержка бизнес-политики с помощью целевых инвестиций, льготных кредитов и ставок погашения; производство качественных и необходимых товаров; рациональное распределение стоимости продажи товара по цене, гарантирующей платежеспособность и прибыль покупателя; рост конкуренции, направленной на развитие процесса рыночной экономики.

Актуальность данной темы обусловлена высокой степенью зависимости конечных финансовых результатов деятельности фирмы от эффективности осуществления ею коммерческой деятельности. Положительно то, что все большее число организаций нашей страны, как торговых, так и сфере производства, понимает, что для достижения успеха необходимо уделять осуществлению коммерческой деятельности значительное внимание.

Объект исследования: ООО «Пятерочка».

Предмет исследования: анализ особенностей организации и функционирования торгового предприятия (оптового, розничного).

Цель исследования: проанализировать особенности организации и функционирования торгового предприятия на примере розничной торговли ООО «Пятерочка», а также разработать пути его совершенствования.

Цель предопределяет задачи исследования, которые предстоит решить:

1. Рассмотреть общую характеристику объекта исследования;
2. Провести анализ рыночной среды организации;
3. Привести анализ комплекса маркетинга организации;
4. Осуществить анализ товарной политики;
5. Провести анализ ценовой политики;
6. Проанализировать коммуникационную политику;
7. Раскрыть теоретические аспекты по теме работы;
8. Разработать проектные мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования.

Теоретическая база. В работе использованы работы следующих современных ученых: О. Н. Беленов «Коммерческая деятельность организации», А. Березин «Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности» и других.

Научная новизна. Понятие коммерческой и маркетинговой деятельности в современность очень широкое и включает в себя множество направлений: ведение договорной работы, деятельность в области закупок, формирования ассортимента, управления товарными запасами, сбытовая и рекламно-информационная деятельность и т.д. Эффективное осуществление деятельности в каждом из этих направлений способствует достижению высоких финансовых результатов.

Важность и актуальность этих задач привели к выбору темы исследования. Основной проблематикой в данном вопросе является обоснование рекомендаций по улучшению деловой активности компании с поставщиками сырья и покупателями готовой продукции.

Практическая значимость работы состоит в том, что данное исследование может быть использовано в различных учебных заведениях по предметам «Маркетинг» и «Маркетинговая деятельность».

Методы исследования: сравнительный метод, метод наблюдения, метод оценки, метод анализа, дедукция.

Структура. Курсовая работа включает введение, две главы, заключение и список литературы. Во введении раскрыты актуальность, цель, задачи, предмет, объект, теоретическая и методологическая база исследования.

В первой главе проведено общее исследование на примере ООО «Пятерочка».

Во второй главе приведены теоретические аспекты и предложения рекомендации совершенствования деятельности розничного предприятия.

В заключении обобщены основные выводы и предложения. Список использованных источников содержит 20 наименований.

## I. Аналитическая часть

### 2.1. Общая характеристика предприятия ООО «Пятерочка»

ООО «Пятерочка» осуществляет свою деятельность в соответствии с Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и в соответствии с составом и регистрационными документами.

«Пятёрочка» — российская сеть продовольственных магазинов «у дома» в составе компании X5 Group.

Объединяет более 16,7 тыс. магазинов, обслуживаемых 31 распределительным центром  
Юридический адрес компании: 197198, Санкт-Петербург, ул. Пионерская, д.21.

#### Таблица 1

«Пятерочка» осуществляет свою деятельность в 18 регионах России, а также в Казахстане и Украине. Первоначально дистрибьюторская сеть была создана как социальная сеть для предоставления продуктов бедным слоям населения.

Быстрый рост доходов населения и постоянное повышение требований к качеству обслуживания требуют от компаний увеличения размеров и сферы охвата своих магазинов. Первый магазин «Пятерочка» в Санкт-Петербурге был построен в 2000 году по собственному проекту компании с торговой площадью 500 квадратных метров [20].

На сегодняшний день «Пятерочка» является крупнейшей сетью дисконтных магазинов (магазины, продающиеся по сниженным ценам) в России. Магазины сети «Пятерочка» добились огромного успеха у всего населения.

Большинство товаров магазина «Пятерочка» относятся к умеренным сезонным группам (пик и спад продаж сбалансированы). Но руководство всегда помнит о товарных группах с очевидной сезонностью. Именно они могут значительно увеличить оборот и сформировать лояльность покупателей. Для того чтобы правильно рассчитать количество товара, компания учитывает два фактора:

1. Статистика продаж во время праздников предыдущего года;
2. Количество покупателей в магазине по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Наиболее волатильными являются следующие группы продуктов:

1. Напитки;
2. Замороженные продукты;
3. Мясные продукты;
4. Фрукты и овощи.

Летом потребление воды и других напитков увеличивается, а мороженого, фруктов и овощей потребляется больше. Зимой потребление мяса увеличивается [5, с. 162-187].

В таблице 2 показан среднемесячный ежедневный оборот за 3 года.

Анализируя среднесуточный оборот предприятия «Пятерочка», можно сделать вывод, что по всем товарным группам товарная площадь не сильно подвержена сезонным колебаниям, по сравнению с аналогичными периодами в предыдущие годы они составляют менее 10%.

Во время особого периода снижения товарооборота с января по февраль после новогодних праздников летом также будет небольшой спад. Это связано с общим снижением коммерческой активности населения в теплое время года. Наибольший рост товарооборота пришелся на осень и декабрь, что связано с большим количеством праздничных дней [12, с. 142-164].

Если рассматривать темпы роста товарооборота, то можно отметить, что в процентном выражении товарооборот в 2022 году значительно увеличился, особенно в пиковые периоды, по сравнению с 2021 годом. Это также связано с тем, что цены на многие группы товаров выросли.

Сервисное обслуживание предприятия строится на основе его организационной структуры. Штат «Пятерочки» очень велик - более 12 тысяч человек, но с каждым днем в отдел кадров «Пятерочки» приходит все больше и больше людей.

Разделение персонала по категориям работников является общей формой разделения функций. В составе административного персонала

#### Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей».

#### Библиографический список

5. Беленов, О. Н. Маркетинговая деятельность организации / О.Н. Беленов. - М.: КноРус, 2020. - 144 с.
6. Березин, А. Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности / А. Березин. - М.: LAP, 2021. - 156 с.

7. Бондаренко, С. И. Маркетинговая деятельность продукции розничного рынка России / С.И. Бондаренко. - М.: Научная книга, 2019. - 104 с.
  8. Волкова, Н. Конкурентоспособность предпринимательских структур / Н. Волкова. - М.: LAP 2020. - 176 с.
  9. Головачев, А. С. Конкурентоспособность сети магазинов / А.С. Головачев. - М.: Высшая школа, 2020. - 907 с.
  10. Данилов, И. П. Коммерциализация организаций России. Теоретические основы и методология / И.П. Данилов. - М.: Канон+РООИ, 2021. - 368 с.
  11. Квасникова, В. В. Коммерческая структура товаров и организаций / В.В. Квасникова. - М.: Инфра-М, Новое знание, 2020. - 192 с.
  12. Кони́на, Н.Ю. Конкурентоспособность фирмы / Н.Ю. Кони́на. - М.: Проспект, 2019. - 419 с.
  13. Крупорницкая, И. А. Маркетинговая деятельность розничной организации в условиях глобализации / И.А. Крупорницкая. - М.: Наука, 2020. - 348 с.
  14. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2021. - 464 с.
  15. Осадчук, Е. В. Конкурентоспособность в Интернете. Как сделать свой проект успешным / Е.В. Осадчук. - М.: Бинوم. Лаборатория знаний, 2020. - 152 с.
  16. Парамонова, Т. Коммерческая структура предприятия розничной торговли / Т. Парамонова. - М.: КноРус, 2020. - 664 с.
  17. Подосинников, С. Конкурентоспособность организации и ее роль / С. Подосинников. - М.: LAP, 2021. - 308 с.
  18. Попова, А. Конкурентоспособность инновационной продукции / А. Попова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2021. - 128 с.
  19. Фатхутдинов, Р. А. Конкуренция среди организаций / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Стандарты и качество, 2019. - 464 с.
- Электронные источники
20. Магазин «Пятерочка». Электронный ресурс: <https://5ka.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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/325663>