

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/kursovaya-rabota/447813>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОРГОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ 5

1.1 Понятие, сущность, виды розничной торговли 5

1.2 Оценка эффективности деятельности 7

2 АНАЛИЗ ТОРГОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОСТИН» 11

2.1 Ресурсный потенциал ООО «Остин» и эффективность его использования 11

2.2 Финансовые результаты деятельности ООО «Остин» 16

3 ОПТИМИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ ООО «ОСТИН» 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 25

ПРИЛОЖЕНИЕ А 27

ПРИЛОЖЕНИЕ Б 29

Торговля – это форма товарного обращения, которое осуществляется с использованием денег. Это специфическая деятельность людей, связанная с проведением сделок купли-продажи и включающая в себя ряд специфических технологических и хозяйственных операций. Выделение торговли в самостоятельную экономическую отрасль связано с дифференциацией труда в обществе и выделением торгового капитала как одной из частей промышленного капитала, что обусловлено стремлением к более эффективному использованию имеющихся ресурсов.

Актуальность работы состоит в увеличивающейся значимости развития розничной торговли, при которой все более важно умение динамично реагировать на изменения в рыночной среде и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя.

Цель работы – освоение теоретических и практических основ анализа торгово-хозяйственной деятельности розничной торговой организации.

Для выполнения данной цели необходимо решить задачи:

1. Изучить понятие, сущность, виды розничной торговли;
2. Изучить методы оценки эффективности деятельности;
3. Проанализировать ресурсный потенциал предприятия и эффективность его использования;
4. Оценить финансовые результаты деятельности исследуемого предприятия
5. Предложить пути оптимизации торгово-хозяйственной деятельности предприятия.

Предмет исследования – торгово-хозяйственная деятельность ООО «Остин».

Объект исследования – торгово-розничное предприятие ООО «Остин».

Подготовка и написание работы включали в себя применение различных методов и подходов, таких как аналитический, графический, дедуктивный, индуктивный, синтетический, сравнительный, табличный и графический методы.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОРГОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Понятие, сущность, виды розничной торговли

Розничная торговля представляет собой сферу бизнеса, где осуществляется продажа товаров и услуг конечным потребителям для личного или семейного использования. Этот процесс направлен на удовлетворение потребностей людей путем продажи продукции, которая ценна для них. Термин «розничная торговля» происходит от английского retail trade, что означает «малый бизнес», а также от

французского retailer, где «разрезать, дробить», поэтому недавно этот вид деятельности начали называть «ритейлингом». Важно отметить, что розничные торговцы продают товары напрямую конечным потребителям для их личного потребления [1].

Розничная торговля является ключевым звеном, соединяющим производство и потребление, обеспечивая равновесие между спросом и предложением. Этот вид деятельности играет значительную роль в экономике, влияя на различные секторы, включая закупщиков, дистрибьюторов и производителей. Темпы роста розничной торговли в России значительно превосходят темпы роста валового внутреннего продукта, что свидетельствует о ее важности [5].

Аналитики прогнозируют стабильный рост розничной торговли в России в ближайшие годы, поскольку этот сектор имеет перспективы развития. Розничная торговля выполняет различные функции, такие как формирование ассортимента товаров, предоставление услуг для удовлетворения потребностей покупателей, а также организация торговли с доставкой на дом. Таким образом, розничная торговля играет важную роль в экономике и обеспечивает устойчивое соединение между производством и потреблением [3].

Основой данной сферы является концепция индивидуального выбора, придерживающаяся принципа приоритета потребителя [7].

В розничной торговле фирмы-производители создают продукцию, которую продают оптовикам или розничным предприятиям. Оптовики затем перепродают товары розничным торговцам, а те, в свою очередь, предлагают их конечным потребителям. Таким образом, торговля связывает производство с потреблением и поддерживает баланс между спросом и предложением.

Сегодня розничная торговля является одним из самых динамично развивающихся секторов российской экономики. К середине первого десятилетия XXI века более десятка торговых компаний превысили годовой оборот в миллиардном долларовом эквиваленте, а выручка крупных магазинов стала сопоставима с объемами промышленного производства [2].

Розничная торговля имеет значительное влияние на другие отрасли, включая закупщиков, дистрибьюторов и производителей. В России темпы роста розничной торговли превышают темпы роста валового внутреннего продукта почти в полтора раза. Стабильное увеличение доходов населения за последние годы также способствует росту розничной сферы. Оборот розничной торговли в 2008 году увеличился на 8.0% по сравнению с предыдущим годом, что обусловлено ростом финансовых активов граждан [4].

Розничная торговля играет решающую роль в успешной реализации товаров конечным потребителям. Ее функции включают в себя анализ спроса и предложения товаров, поддержание баланса между ними, формирование ассортимента, организацию товародвижения, воздействие на производство для расширения ассортимента и увеличения объема товаров, управление товарными запасами, рекламно-информационную работу, выполнение различных торгово-технологических операций, стимулирование спроса на товары, оказание разнообразных услуг покупателям для удобства приобретения и использования товаров [11].

Ключевую роль в этом процессе играет ценообразование, которое определяет доход от продаж и влияет на конкурентоспособность предприятия. Розничные торговые предприятия объединяются в сети по ценовой политике, предлагая товары по различным ценовым категориям: низкие цены (дискаунтеры, стоковые магазины), цены на уровне прожиточного минимума (рынки, магазины повседневного спроса), высокие цены (элитные магазины, супермаркеты, бутики). Цена является важным инструментом установления отношений между предприятием и потребителями, определяя коммерческие результаты и успех бизнеса [8].

Цена выполняет исключительно важную функцию, которая состоит в получении дохода (прибыли) от реализации товара. Именно от цен зависят достигнутые коммерческие результаты. Цена служит средством установления определенных отношений между предприятием и покупателями, она оказывает влияние на конкурентоспособность предприятия. Розничная торговая сеть по ценовой политике объединяет предприятия:

□ ниже прожиточного минимума — дискаунтер, «стоковые магазины», магазин-склад, продовольственные рынки, минимаркеты. «секонд-хенд», комиссионные магазины;

□ соответствующие прожиточному минимуму — рынки, товары повседневного спроса: магазины «Кэш энд керри»;

□ превосходящие прожиточный минимум (элитные): — продовольственные магазины — супермаркеты, специализированные магазины. гипермаркеты: — непродовольственные магазины — бутики, магазины-салоны, дисконтные магазины, специализированные магазины или узкоспециализированные [9].

1. Анализ финансовой отчетности: учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 434 с.
2. Асадуллин, Э. З., Организация и технология розничной торговли: монография / Э. З. Асадуллин, Р. М. Давлетбаева, Х. С. Биктимирова. — Москва: Русайнс, 2019. — 136 с.
3. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 336 с.
4. Голубева, Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / Т.М. Голубева. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 269 с.
5. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 335 с.
6. Денисова, Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие / Н.И. Денисова. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 480 с.
7. Исследование экономики предпринимательства в торговле: монография / Ю. В. Сухарев, Н. В. Лазарева, А. А. Захожая [и др.] ; под общ. ред. Н. В. Лазаревой. — Москва: Русайнс, 2021. — 99 с.
8. Кобелева, И. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 292 с.
9. Лазарева, Н. В., Учет и анализ в торговле: учебник / Н. В. Лазарева. — Москва: Русайнс, 2024. — 266 с.
10. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 286 с.
11. Парамонова, Т. Н., Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва: КноРус, 2022. — 120 с.
12. Столярова, А. Н., Актуальные проблемы предпринимательства в торговле в условиях цифровой экономики: сборник статей / А. Н. Столярова, Е. А. Красильникова, Ю. Ю. Максимова; под ред. А. Н. Столяровой, Е. А. Красильниковой, Ю. Ю. Максимовой, Коллектив авторов. — Москва: Русайнс, 2023. — 110 с.
13. Фридман, А. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум: учебное пособие / А.М. Фридман. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. — 204 с.
14. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.]; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 420 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/447813>