

Дата	14.02.2023г.	Группа ТЭК 3/1
Дисциплина	ОП.01 Основы коммерческой деятельности	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Формы и методы достижения коммерческого успеха	
Вид занятия	консультация	
Цели:		
<i>Дидактическая:</i>	- формирование умений применять теоретические знания для решения практических задач, оценивать насколько предприятие управляет своей операционной деятельностью и насколько эффективны результаты ее работы в целом (анализ эффективности или рентабельности);	
<i>Развивающая:</i>	- развивать у учащихся стремление к анализу полученной информации, ее обобщению и выделению главного при оценке конкретной ситуации; умению делать выводы и принимать решения; - развивать интерес студентов к приобретению профессиональных компетенций и применению полученных знаний на практике;	
<i>Воспитательная:</i>	- воспитание интереса к своей будущей профессии; - воспитание творческого отношения к учебной деятельности; - воспитание сознательной дисциплины при работе в группе (коллективе).	

Тема. Формы и методы достижения коммерческого успеха

План

1. Понятие коммерческого успеха
2. Факторы, которые влияют на коммерческий успех
3. Условия обеспечения коммерческого успеха

Основная литература

1. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник / Р.И. Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365с.
2. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учебник / А.Ф. Барышев. – 2-е изд., стер. – М.: издательский центр «Академия», 2003. – 208с.
3. Гражданский кодекс РФ с изменениями и дополнениями. – М., 2004.
4. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие для студентов средних специальных учебных заведений / С.А. Каплина - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 415с.

Дополнительная литература

1. Кругляков, Г.Н. Товароведение продовольственных товаров [Текст]: учебник / Г.Н.Кругляков, Г.В. Круглякова – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000. – 448с.
2. Понкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие / Ф.Г. Понкратов и др. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 248с.

Интернет источники

<https://odiplom.ru/lab/formirovanie-assortimenta.html>

Домашнее задание.

Составить опорный конспект лекции.

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: lilya_polyakova_65@mail.ru

Лекция (2 часа)

Уровень организации коммерческой работы оказывает непосредственное влияние на конечный результат деятельности торговой организации.

Коммерческая деятельность предполагает выполнение определенных коммерческих функций, которые прямо или косвенно обеспечивают получение доходов. С точки зрения их участия в формировании доходов коммерческие функции можно условно разделить на две группы.

Первая группа включает коммерческие операции, непосредственно приносящие доходы: продажа товаров, оказание услуг, сервисное обслуживание, экспортно-импортные операции, реклама товаров и услуг, деятельность по стимулированию продаж товаров, управление и маневрирование товарными ресурсами, работа по предъявлению исков.

Ко *второй группе* можно отнести те коммерческие операции, которые косвенно (опосредованно) влияют на получение дохода: комплексное изучение рынка, требований потребителей, изменение условий, при которых складываются спрос и предложение, формирование товарных ресурсов и ассортимента, определение потребности в них, поиск поставщиков и закупка товаров, воздействие на поставщиков для обеспечения выпуска необходимых рынку товаров, выбор формы хозяйственных связей, коммерческая работа по их установлению, обоснование наиболее целесообразных организационных форм оптовых закупок и т.п. Эта группа включает достаточно широкий круг операций, направленных на достижение главной цели — продать товар с прибылью, увеличить объемы продаж, иметь стабильное, устойчивое положение на рынке.

С учетом взаимосвязи уровня коммерческой деятельности с конечными результатами торговых организаций необходимо изучать и оценивать степень влияния факторов, определяющих коммерческий успех.

Основой успешной работы торговой организации является создание предпосылок для получения прибыли в длительной перспективе. Достижение долгосрочного успеха формируется по различным направлениям:

- установление своей рыночной позиции, обеспечивающей удовлетворение потребностей определенной группы потребителей (в сельской местности, в средних, крупных городах). Для этого необходимо иметь нужный набор торговых объектов, удобные для покупателей режимы работы, ассортимент товаров и услуг, удовлетворяющий потребности покупателей с учетом деятельности конкурентов, адаптировать товары и услуги к происходящим на рынке изменениям;
- поддержание своей рыночной позиции. Позиция торговой организации и каждого торгового объекта подвержена влиянию многих факторов, нестабильна, требует оперативных мер по ее поддержанию. Для этого используют представление товаров как средство привлечения внимания покупателей, побуждая скрытые и явные потребности, рекламу, положительный имидж, соответствующий ожиданиям потребителя, маневрирование ценой, предложение нужных услуг;
- эффективное управление коммерческой деятельностью торговой организации и ее торговыми объектами (планирование закупок, размеров партий и частоты завоза), оптимизация ассортимента с учетом спроса, доходности и издержкоемкости, развития различных направлений продажи товаров (по заказам, в кредит, через Интернет, торговые автоматы, по каталогам, на выставках, ярмарках и др.), обеспечение высокого уровня потребительского сервиса, безопасности потребителей. Следует обратить внимание также на создание работникам хороших

условий труда и отдыха как важнейшей составляющей повышения производительности и эффективности труда;

- инновационность отрасли, использование современных технологий в торговле при сборе, обработке коммерческой информации, при продажах, расчетах с покупателями, оказании им услуг, при внедрении новых технологий на всем пути движения товаров от производства-до потребителя в рамках установленных сроков и гарантированной защиты интересов покупателя.

Основными факторами коммерческого успеха торговых организаций являются нижеследующие.

Состояние материально-технической базы торговой организации и ее соответствие современным требованиям:

- состояние торговых объектов, обеспеченность площадями;
- уровень технического оснащения, наличие торгово-технологического оборудования, электронно-вычислительной техники;
- использование новых технологий в процессе переработки, продажи товаров;
- автоматизированная обработка коммерческой информации, внедрение автоматизированных рабочих мест специалистов;
- инновационные возможности по внедрению новой техники и технологий.

Финансовые факторы коммерческого успеха:

- объем и структура основного и оборотного капитала;
- оборачиваемость капитала;
- размер собственных оборотных средств;
- ликвидность;
- финансовая устойчивость, платежеспособность.

Кадровый потенциал:

- количественный и качественный состав кадров;
- высокая профессиональная подготовка коммерческого персонала;
- квалификация и опыт коммерсантов-менеджеров;
- совпадение личных и групповых интересов.

Организационные факторы:

- наличие развитых информационных систем;
- своевременное реагирование на изменение рыночной ситуации;
- возможность быстрой реализации новых достижений и эффективных коммерческих стратегий;
- наличие эффективной рыночной инфраструктуры;
- оптимальная организационная структура торговой организации и система управления ею.

Факторы, влияющие на результативность хозяйственных взаимоотношений субъектов рынка:

- соотношение объемов спроса и предложения;
- структура торгового ассортимента;

Следует выделить показатели, определяющие экономический эффект, и показатели, определяющие экономическую эффективность.

Экономический эффект представляет собой результат функционирования, который оценивается объемными показателями (товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход, прибыль, издержки обращения).

Экономическая эффективность оценивается как соотношение полученного эффекта (результата) и затрат всех видов ресурсов по его достижению. Анализ экономических показателей путем сопоставления затратного и прибыльного механизмов является исходной базой для определения эффективности коммерческой деятельности. Для этого используются данные бухгалтерской, статистической, финансовой, оперативной отчетности. Показатели, характеризующие внутренний потенциал торговой организации, представлены в § 2.6. Существуют различные предложения отечественных экономистов по набору системы показателей. Рассмотрим часть из них, но таким образом, чтобы можно было оценить использование различных

Видов ресурсов (материальных, финансовых, трудовых). Таким [образом, можно установить основной, оборотный и человеческий капитал, отражающий экономический потенциал торговой организации, и эффективность его использования. Показатели эффективности коммерческой деятельности позволяют качественно и количественно оценить экономическое состояние и потенциал торговой организации.

Эффективность использования *основных фондов* определяется показателями:

- рентабельность основных средств, которая рассчитывается как отношение суммы прибыли к стоимости основных фондов, выраженное в процентах;
- товарооборот на 1 м² общей или торговой площади торгового объекта (товарооборот делится на общую или торговую площадь торгового объекта);
- прибыль на 1 м² общей или торговой площади (сумма прибыли делится на размер общей или торговой площади).

Эффективность использования *материальных оборотных средств* оценивается следующими показателями:

- рентабельность материальных оборотных средств (отношение суммы прибыли к сумме материальных оборотных средств, выраженное в процентах);
- коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств (товарооборот делится на средние товарные запасы).

Эффективность использования *собственного капитала* характеризует показатель рентабельности собственного капитала, который рассчитывается как отношение суммы прибыли к сумме собственного капитала, выраженной в процентах.

Эффективность использования *рабочей силы* оценивается следующими показателями:

- сумма товарооборота на одного работника;
- сумма прибыли на одного работника.

Для оценки *общей эффективности* коммерческой деятельности рекомендуется использовать следующие показатели:

- общая экономическая рентабельность (сумма прибыли, деленная на товарооборот, выраженная в процентах);
- рентабельность товарооборота (отношение объема товарооборота к прибыли от продаж, выраженное в процентах);
- доля рынка (отношение объема продаж торговой организации к общему объему продаж данного рынка, выраженное в процентах);
- товарные запасы в днях (сумма товарных запасов на определенную дату, деленная на однодневный товарооборот);
- товарооборачиваемость:
 - в днях (средний запас товаров за определенный период делится на однодневный товарооборот за этот же период);
 - в разах (объем продажи товаров за определенный период делится на средний товарный запас в сумме за тот же период или число дней в расчетном периоде делится на товарооборачиваемость в днях);
- эффективность текущих затрат:
 - уровень издержек обращения (отношение суммы издержек обращения к товарообороту, выраженное в процентах);
 - рентабельность текущих затрат (отношение суммы прибыли к сумме издержек обращения, выраженное в процентах);
 - издержкостоемость продаж (сумма реализованных товаров и услуг делится на затраты на их реализацию).

Более углубленному анализу эффективности коммерческой деятельности способствует оценка показателей ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости.

Целесообразно оценить степень удовлетворения спроса, качество торгового обслуживания особенно для торговых организаций потребительской кооперации, занимающих большую долю рынка в зоне обслуживания. Эти показатели отражают интересы потребителей.

Может возникнуть необходимость оценки эффективности конкретных торговых сделок, контрактов, договоров. Для этого используются такие показатели, как рентабельность расходов по торговой сделке, рентабельность закупки товаров, рентабельность реализации товаров.

Коммерческая деятельность может быть также оценена с позиций социальной эффективности, что особенно важно для обеспечения должного уровня торгового обслуживания сельского населения.

Коммерческой целью любой торговой организации является повышение рентабельности продаж и спроса на товары. Достигается это в значительной степени за счет уровня коммерческой работы с товаром и учета интересов покупателей, сбалансированности интересов продавцов и покупателей по таким параметрам, как качество, цена, затраты.

Преподаватель

Л.С.Полякова