

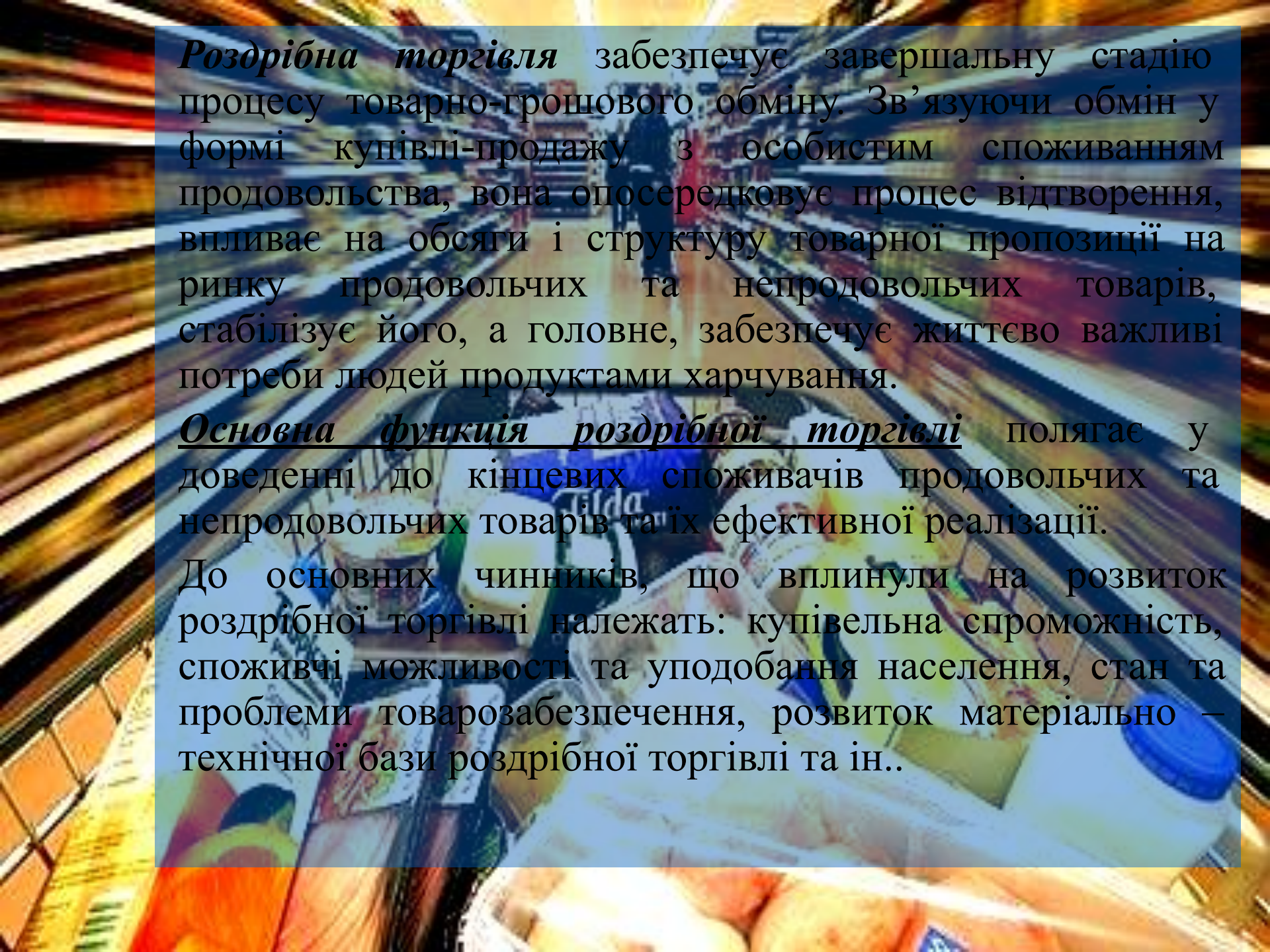


Презентація до курсової роботи на тему:

«Управління процесами продажу товарів у магазині»

за матеріалами: магазину «Славутич»,
с. Новокосянтинів

Виконав:
Студент III курсу,
групи ТОЗТ-31(д)
Криницький Андрій Вікторович
Науковий керівник:
Корпан Олена Станіславівна



Роздрібна торгівля забезпечує завершальну стадію процесу товарно-грошового обміну. Зв'язуючи обмін у формі купівлі-продажу з особистим споживанням продовольства, вона опосередковує процес відтворення, впливає на обсяги і структуру товарної пропозиції на ринку продовольчих та непродовольчих товарів, стабілізує його, а головне, забезпечує життєво важливі потреби людей продуктами харчування.

Основна функція роздрібної торгівлі полягає у доведенні до кінцевих споживачів продовольчих та непродовольчих товарів та їх ефективної реалізації.

До основних чинників, що вплинули на розвиток роздрібної торгівлі належать: купівельна спроможність, споживчі можливості та уподобання населення, стан та проблеми товарозабезпечення, розвиток матеріально — технічної бази роздрібної торгівлі та ін..

Для того щоб підвищити соціально-економічну ефективність функціонування роздрібної торгівлі потрібно дотримуватися таких напрямів:

- Вдосконалювати структуру мережі торговельних підприємств і впроваджувати якісно нові системи обслуговування ринкового типу.
- Підвищувати роль кооперативної оптової ланки та забезпечити її інтеграцію з роздрібною мережею
- Підвищувати рівень фінансового менеджменту, економічно обґрунтованого планування доходів, витрат і прибутку, ресурсного забезпечення операційної діяльності та реальних інвестицій.

Діяльність торговельної мережі за вказаними напрямками буде сприяти росту роздрібного товарообороту та прибутку, підвищить соціально-економічну ефективність її функціонування.

Магазин «Славутич» розташований за адресою: с. Новокосянтинів, вул.Центральна, Летичівський район, Хмельницька область.

Головними цілями діяльності в магазині є: отримання прибутку для подальшого розвитку організації; реалізація товарів, що задовольняють потреби і попит покупців; вивчення потреб споживачів; вивчення постачальників.

Магазин «Славутич» здійснює роздрібну торгівлю товарами продовольчого, канцелярського та побутового призначення, як вітчизняних виробників, так і закордонних.



SLAVUTICH

Аналіз фінансових результатів магазину «Славутич» вказує на зростання основних економічних показників діяльності підприємства. Таку ситуацію можна пояснити зростанням обсягів реалізації у зв'язку з малим рівнем конкуренції на товарному ринку та підвищенням цін.

Табличка 1.

Аналіз фінансових результатів магазину «Славутич» за 2010-2012рр

Показники	2011 р.	2012 р.	2013р.	Відхилення	
				2012-2011, +/-	2013-2012,+/-
Дохід (виручка)	5578,20	5925,50	6283,70	+347,3	+358,2
Чистий дохід	3458	3572,50	4056,8	+114,5	+484,3
Собівартість	1902	1956,90	2389,1	+54,9	+432,2
Валовий прибуток	1556	1615,6	1667,7	+59,6	+52,1

Магазин «Славутич» має досить великий асортимент товарів, що успішно реалізується.

Таблиця 2

Товарний каталог магазину «Славутич»

Продовольчі товари	Непродовольчі товари
Алкогольні напої	Біжутерія
Бакалія	Будинок і інтер'єр
Безалкогольні напої	Будівельні і обробні матеріали
Закуси	Галантерейні товари
Заморожені продукти	Господарські товари
Кондитерські вироби	Догляд за обличчям та тілом
Консерви	Друкарські видання
Кулінарія	Канцелярські товари
Чай, кава, какао	Іграшки
М'ясо і м'ясні товари	Одяг, взуття
Молочні продукти	Побутова хімія
Овочі, фрукти	Біжутерія
Приправи і прянощі	Садово-городні товари
Риба, морепродукти	Святкові товари
Тютюнові вироби	Спортивні товари
Хлібобулочні вироби	Текстильні вироби
Чай, кава, какао	Товари для розваг, хобі

Товаропостачання – це комплекс комерційних і технологічних операцій по доведенню товарів до підприємств роздрібної торгівлі, що включає в себе закупівлю, доставку, приймання, зберігання, підготовку й продаж товарів.

Приймання товарів в магазині «Славутич» відбувається за кількістю та якістю і здійснюється відповідно до правил, установленими в інструкціях «Про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення й товарів народного споживання за кількістю» та «Про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення й товарів народного споживання за якістю».



Оскільки в асортименті магазину “Славутич” досить великий товарний асортимент, то підприємство має досить значну кількість постачальників.

Таблиця 3

Постачальники магазину «Славутич»

	Товар	Постачальник
1	Хлібобулочні вироби	ТМ «Буханочка»
2	Риба, морепродукти та рибна продукція	Ринок «Дубово» СП "Українська східна рибна компанія"
3	М'ясо і м'ясні товари	Ринок «Дубово» ТОВ БПС «АКТИВ» ПП Наконечний О.В. ФОП Колпаков А.В.
4	Молочні продукти	ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза»
5	Кондитерські вироби	ПАТ «Київ-Конті» ТОВ «Nestle - Україна» ПАТ «АВК» ТОВ «ROSHEN - ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ»

6	Овочі та фрукти	ПП «ГРАНД-ФРУКТ»
7.	Алкогольні напої	ПАТ «Київський завод шампанських вин АННОПОЛЬСКИЙ СПИРТЗАВОД ПАТ «Оболонь»
8.	Безалкогольні напої	ТОВ «Бон Буассон» ПАТ «Оболонь» ТОВ «КАРАВАН» ТОВ «Збручанські Джерела»
9.	Чай, кава, какао	ТОВ «Галка» ТОВ «Соломія» ПП «Екопродукт»
10.	Харчові жири	ТОВ «Авіс»
11.	Бакалія	ПАТ «Чернігівська макаронна фабрика» ТОВ «Дар землі»
12.	Побутова хімія	ТОВ «Укреврохім»

Однією із основних складових управління процесами продажу товарів у магазині «Славутич» є викладка товарів.

Викладка - сприяє збільшенню продажу товарів, привертає увагу покупців, підказує про необхідність придбати той чи інший товар. Викладка товарів може підштовхнути покупців магазину до імпульсної покупки.

Раціональна викладка товарів дозволяє ефективно використовувати обладнання, покращує умови огляду і підбору товарів покупцями, скорочує втрати часу персоналу на поповнення запасів товарів у магазині.



Для початку продавці, які здійснюють обслуговування покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку.

Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні мати спеціальний або інший одяг, що відповідає естетичним вимогам.

До подання товарів у магазині «Славутич» продавці проводять підготовку товарів до продажу (розпакування, перевірка цілісності індивідуальної упаковки, наявності маркувальних даних і якості, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо).



Продавець у магазині «Славутич» сприяє покупцям у вільному виборі товарів і додаткових послуг та у разі перевірки покупцем якості, безпеки, комплектності, міри та ціни товарів, що підлягають придбанню, надавати на його вимогу контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів.

Усі харчові продукти і продовольча сировина в магазині «Славутич» наявні з документами, наявність яких передбачена чинними нормативно-правовими актами. Харчові продукти і продовольча сировина, які надходять у торговельну мережу, повинні відповідати вимогам чинного законодавства, чинних нормативно-правових актів і нормативних документів щодо показників якості та безпеки харчових продуктів, упаковки, маркування, транспортування, приймання і зберігання.



Умови обміну та повернення товару належної якості.

На товарі не повинно бути слідів експлуатації, повинні бути збережені його пакування, товарний вид, споживчі властивості, фабричні ярлики, а також всі отримані від продавця документи.

Якщо до товару було додано подарунок, він повинен бути переданий разом з товаром, при цьому подарунок також не повинен містити слідів експлуатації, повинен бути збережений його товарний вид, споживчі властивості, а також фабричне (рідне) пакування.

Не підлягають обміну та поверненню товари належної якості, якщо вони можуть бути використані виключно особою, яка його купує: предмети санітарії та гігієни, полімерні вироби, які контактують з їжею, товари побутової хімії, товари в одноразовому пакуванні та ін.

Повернення або обмін товарів неналежної якості здійснюється безкоштовно.

Значення процесу продаж в умовах розвитку ринку:

- ❖ збільшення ролі процесу продажу як одного з основних конкурентних переваг організації;
- ❖ зростає значення процесу продаж в боротьбі за завоювання споживача та його прихильність торгівельним маркам компанії;
- ❖ зростання значення процесу продажу як діяльності, спрямованої на комуні-кацію зі споживачами з метою здійснення стійкого попиту на продукцію;
- ❖ підвищуються вимоги до якості процесу продаж комерційного підприємства в справі встановлення взаємовигідного діалогу зі споживачем.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В даній курсовій роботі була проаналізована діяльність магазину «Славутич», розглянуто техніко-економічну характеристику підприємства та зроблено відповідні висновки на основі порівняння діяльності підприємства останні роки.

Порівнюючи основні показники господарської діяльності магазину «Славутич » за 2011-2013 роки можна відзначити, що роздрібний товарообіг і середній рівень валового доходу збільшився.

Отже, для ефективного здійснення торговельного процесу в магазині «Славутич» необхідні: організація торгівельних та складських операцій, налагодження зв'язків з постачальниками товарів, організація сервісного і торгівельного обслуговування покупців тощо. Не менш суттєвим є вміння керувати запасами підприємства, тобто передбачати наявність продукції в потрібному асортименті, кількості та якості, уникаючи при цьому його відсутності чи надлишку на складі, що призводить відповідно до незадоволеності споживчого попиту або до псування товарів.