

**Тема дипломной работы:
Организация и
совершенствование
розничной торговли на
примере ИП Христюк Е.В,
магазин «Мастерок»**

Выполнила:

Студентка группы КД 11.14.1
Волкова Анастасия Викторовна

Руководитель ВКР:
Тевс Юлия Юрьевна

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Теоретические аспекты развития розничной торговли
 - 1.1 Роль и особенности функционирования розничной торговли в рыночных условиях
 - 1.2 Формы и виды розничной торговли
 - 1.3 Классификация предприятий розничной торговли
 - 1.4 Особенности организации торгово-технологического процесса в розничной торговле
2. Организация розничной торговли на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок»
 - 2.1 Краткая характеристика ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок»
 - 2.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок» за 2014-2015 гг.
 - 2.3 Анализ организации розничной торговли промышленными товарами на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок»
 - 2.4 Предложения по совершенствованию розничной торговли на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок»

Заключение

Список используемой литературы

Приложение А - Форма №3-ТОРГ (ПМ) «Сведения об обороте розничной торговли малого предприятия»;

Приложение Б - Форма № ПМ «Сведения об основных показателях деятельности малого бизнеса»;

Приложение В – Ассортиментный перечень

Актуальность темы:

Актуальность темы заключается в том что, управление организацией и совершенствование на предприятиях розничной торговли — одно из главных направлений деятельности каждого предприятия

**Целью дипломной работы
является организация и
совершенствование розничной
торговли.**

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить роль и особенности функционирования розничной торговли в рыночных условиях;**
- изучить формы и виды розничной торговли;**
- изучить классификацию предприятий розничной торговли;**
- изучить особенности организации торгово-технологического процесса в розничной торговле;**

Роль и значение розничной торговли в рыночных условиях

В настоящее время особое место в организации торгового обслуживания населения занимает розничная торговля.

Розничная торговля - это завершающая форма продажи товаров конечному потребителю в небольших объемах через магазины, павильоны, лотки, палатки и другие пункты сети розничной торговли.

Розничная торговля является конечным звеном, замыкающим цепь хозяйственных связей в процессе товародвижения от изготовителей к потребителям. В розничной торговой сети материальные ресурсы переходят из сферы обращения в сферу коллективного, индивидуального, личного потребления, т.е. становятся собственностью потребителей.

Виды розничной торговой сети по форме продажи



**Краткая характеристика
ИП Христюк Е.В.,
магазин «Мастерок»**
Предприятие
организовано в форме
индивидуального
предпринимателя в 2013 г.
Полное наименование
предприятия -
Индивидуальный
предприниматель
Христюк Елена
Владимировна.



В разделе 2.2 представлен анализ финансово-хозяйственной деятельности магазина ИП Христюк Е. В. «Мастерок» за 2014-2015 год

Таблица 2.2.1 – Анализ показателей торгово-хозяйственной деятельности магазина ИП Христюк Е.В. «Мастерок» за 2014-2015 год

Показатели	2014 год	2015 год	Отклонение (+;-)	Темп изменения, %
А	1	2	3	4
1. Розничный товароборот, тыс. руб.	1578,3	1865,5	+287,2	118,2
2. Торговая площадь, кв.м.	65,0	65,0	-	100
3. Товароборот на 1 кв.м торговой площади, тыс.руб.	24,3	28,7	+4,4	118,2
4. Численность работников, чел.				
- всего	4	4	-	100
- торгово – оперативный персонал	2	2	-	100

Продолжение таблицы 2.2.1

А	1	2	3	4
5. Производительность труда, тыс. руб. /чел.				
- общая	394,6	466,4	+71,8	118,2
- торгово – оперативный персонал	789,1	932,7	+143,6	118,2
6. Валовая прибыль				
- сумма, тыс. руб.	631,3	746,2	+114,9	118,2
- уровень, %	40	40	-	100
7. Издержки обращения				
- сумма, тыс. руб.	448,2	529,8	+81,6	118,2
- уровень, %	28,4	28,4	-	100
8. Прибыль от продаж				
- сумма, тыс. руб.	1830,8	2164,0	+333,2	118,2
- уровень, %	11,6	11,6	-	100

Окончание таблицы 2.2.1

А	1	2	3	4
9. Единый налог на вмененный доход	52,8	61,4	+8,6	116,3
10. Прибыль от обычной деятельности				
- сумма, тыс. руб.	130,3	155,0	+24,7	118,9
- уровень, %	8,2	8,3	+0,1	101,2

Анализ организации розничной торговли промышленными товарами на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок»

Анализ организации розничной торговли промышленными товарами магазина «Мастерок» ИП Христюк Е. В. состоит из анализа поставщиков магазина, анализа конкурентов.

В данный момент, магазин розничной торговли ИП Христюк Е.В. успешно сотрудничает с такими фирмами как:

- 1) ООО «Главторг»; г. Красноярск
- 2) ООО «Гросс»; г. Красноярск
- 3) ООО «Авидекс»; г. Канск
- 4) ООО «Аксиома»; г. Канск
- 5) ООО «Абсолютная энергия»; г. Красноярск
- 6) ЗАО «Санг-Красноярск».

Анализ основных конкурентов магазина розничной торговли ИП Христюк Е.В.

Конкуренты	Преимущества	Слабые стороны
ООО «Евродекор»	Широкий ассортимент, гибкая система скидок	Относительная дороговизна
ООО «Коробейник»	Индивидуальный подход	Невысокое качество
ТЦ «Сом»	Импортовое оборудование и материалы	Относительная дороговизна
ООО «Мальва»	Индивидуальный подход	Невысокое качество
Компания «Монитор»	Индивидуальный подход	Относительная дороговизна

Далее рассмотрим анализ методов продвижения товара магазина «Мастерок» ИП Христюк Е.В

На предприятии ИП Христюк Е.В., основным приёмом продвижения услуг является:

1. Информирование потребителей о товаре (где можно купить товар, какова его цена и другая информация о характеристиках товара);
2. Убеждение в достоинствах товара, мотивация к покупке данной продукции;
3. Напоминание о товаре, необходимое для стимулирования дополнительного спроса.

Важную роль в продвижении товаров и услуг, играет реклама.

Предложения по совершенствованию розничной торговли на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок».

1. Расширение объемов продукции и реализации услуг, увеличение доли реальных потребителей.
2. Мероприятия по повышению эффективности коммуникационной политики ИП Христюк Е.В.
3. Мероприятия по совершенствованию системы мотивации персонала -
4. Рекомендации по учету потребительских предпочтений в расширении ассортимента ИП Христюк Е.В. -

Предложения по совершенствованию розничной торговли на примере ИП Христюк Е.В., магазин «Мастерок».

Опираясь на исследования потребительских предпочтений, расширение ассортимента за счет введения:

- 1) дополнительных розничных продуктов;
- 2) использования новых востребованных материалов.

В магазине розничной торговли ИП Христюк Е.В. необходимо произвести рекламную политику с помощью таких рекламных средств как:

1. Реклама в печатных изданиях
2. Размещение рекламы в глобальной сети Интернет
3. Сувенирная реклама.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЯ!!!!**