

**Шлях удосконалення
роздрібного продажу
непродовольчих
товарів
за зразками**

ПП Смирнова Н.Л.

**Шлях удосконалення
роздрібного продажу
непродовольчих
товарів
за зразками**

ПП Смирнова Н.Л.

Характеристика підприємства

- Тема курсової роботи буде розглядатися на прикладі салону вікон і дверей "РАМА" , який створено рішенням громадянки України Смирнової Н.Л.
- **Салон вікон і дверей „ РАМА"** росташований за адресою - м.Дніпропетровськ, проспект газети , "Правда,40-А.
- **Режим роботи салону**-з 9-00 до 18-00,Субота- 10-00до 15-00,вихідний –неділя. Власниця салону здійснює свою діяльність згідно з законодавством України .
- В основу салону покладена приватна форма власності з правом найму робочої сили.
- Власниця салону вікон і дверей ..РАМА" Смирнова Н.Л. як фізична особа - підприємець була зареєстрована державним реєстратором Дніпропетровської міської ради за номером 22240170000004615 від 31.10.2003р. та отримала свідоцтво В02 № 570574.
- Приватний підприємець Смирнова Н.Л. самостійно визначає напрями своєї господарської діяльності, здійснює планування і організацію робіт.



- Метою створення салону вікон і дверей „РАМА” є розвиток сучасної високоефективної системи обслуговування населення у сфері забезпечення непродовольчими товарами , а саме металопластикових вікон , дверей , завдяки використанню найпрогресивніших технологій продажу , створення додаткових робочих місць і отримання прибутку.
- Продукція салону вікон і дверей „РАМА” відповідає вимогам стандартів , що підтверджується сертифікатами. Використовуються такі торгові марки - WDS , RENAU.
- Власник салону вікон і дверей „РАМА” має право здійснювати свою господарську діяльність за основним видом - роздрібна торгівля непродовольчими товарами народного споживання.
- Предметом діяльності салону є роздрібна торгівля непродовольчими товарами народного споживання (металопластикові вікна , жалюзі, підвісні стелі, двері) яка здійснюється відповідно до „ Правил роздрібної торгівлі непродовольчими

СТОМАТОЛОГІЯ

"ПРАЦЬОДА"
40 А

РАМА

своєчасно, окнами і дверима

РАС СРОЧКА
з отриманням грошей
0%

789 87 50 (095) 173 62 92

ПРАВОВАЦЬКИЙ ЦЕНТР
ЮРИДИЧНІ ГОСПУГИ
КАБІНЕТ № 311 ЕТНОВА

19/03/2016

РАМА 
СЕТЬ САЛОНОВ ОКОН И ДВЕРЕЙ

Д
ЖА
пр. Пра
т. 78

РАС **СРОЧКА**
от производителя
0%

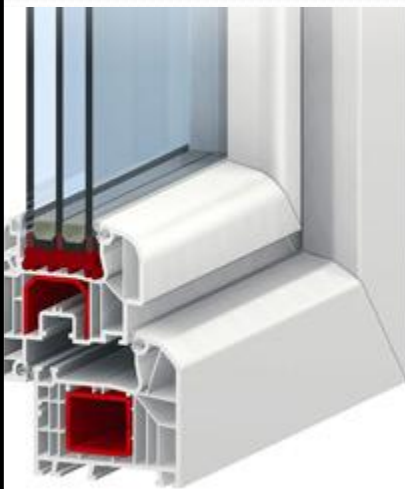
☎ 789 87 50 ☎ (095)173 62 92

НАТЯЖНЫЕ
ПОТОЛКИ

СДАМ
в аренду
067-577-97-11

19/03/2016

Металопластикові вироби

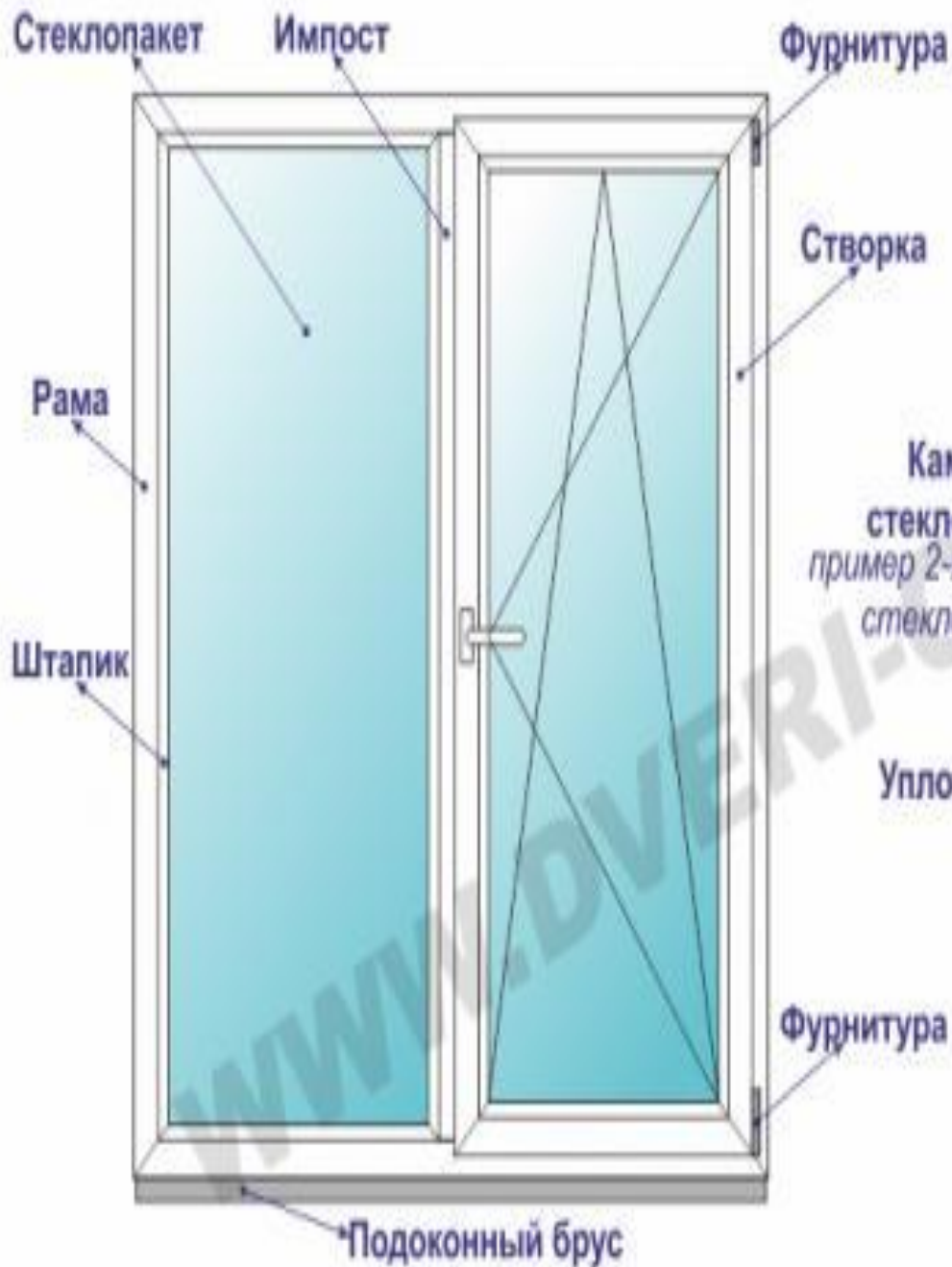


цена от 1300 грн



1400

2100



Створка

Камеры
стеклопакета
пример 2-х камерного
стеклопакета

Уплотнители

Фурнитура

Монтажная ширина
профиля

ПВХ рама

Стеклопакет

ПВХ створка

Усилители

Камеры профиля
пример 6-ти камерного
профиля

"Нестандарт"

<i>доступные размеры:</i>	
2300 x 960	
1900 x 860	
1900 x 960	
1900 x 1200	
2050 x 1200	
 и другие размеры под заказ	

ТР-С61



бархатный лак

ТР-С58



бархатный лак

ТР-С63



молоток

ТР-С12+



медь антик

ТР-С58



бархатный лак

ТР-С68



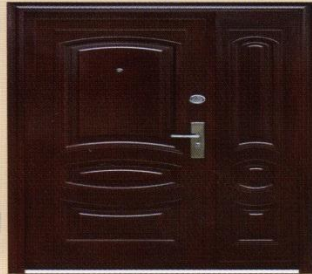
молоток

ТР-С17



молоток

ТР-С31+



автолак медь

ТР-С31



автолак вишня

ТР-С61



бархатный лак

ТР-С12



медь

50 mm доступные размеры:
860/960мм

"Экономь"

ТР-С09



молоток

ТР-С17



молоток

ТР-С05+



молоток

ТР-С38



автолак вишня

ТР-С50



автолак медь

Контактная информация



модель ЭКОНОМ





Підвісні стелі



Зразки кольорів підвісної стелі




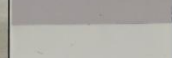



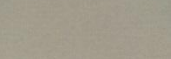
LAQUES

	L 5036
	L 5031
	L 5033
	L 5078
	L 5035
	L 5048
	L 5038
	L 5050
	L 5034
	L 5070

LAQUES

	L 5043
	L 5025
	L 5023
	L 5045
	L 5028
	L 5046
	L 5030
	L 5029
	L 5075
	L 5060

LAQUES

	L 5040
	L 5042
	L 5083
	L 5047
	L 5085
	L 5061
	L 5064
	L 5065

LAQUES

	L 5014
	L 5020
	L 5021
	L 5049
	L 5024
	L 5022
	L 5063

LAQUES

	L 5011
	L 5012
	L 5013
	L 5015
	L 5016
	L 5017
	L 5018
	L 5062

LAQUES

	L 5089
	L 5041
	L 5039
	L 5091
	L 5056
	L 5053
	L 5019
	L 5058
	L 5057
	L 5059



- Об'єктами комерційної діяльності магазину «РАМА» на споживчому ринку є товари та послуги.
- В салоні – магазині вікон і дверей «РАМА» використовується метод продажу – продаж товарів за зразками.
- При продажу товарів за зразками попередній вибір товару покупець здійснює на основі ознайомлення з натуральними зразками окремих виробів, виставленими в торговому залі.



- При цьому методі продажу в торговому залі салону демонструються в зібраному вигляді лише зразки наявних у продажу товарів , які виконують функцію демонстраційного запасу , а робочі запаси їх розміщуються поза його межами.
- Вибір товарів здійснюється покупцем самостійно або за допомогою продавця-консультанта, робоче місце якого розташовується на виставковій площі торгового залу .
- Салон вікон і дверей „RAMA” ставить перед собою середньо- і довготермінові цілі і зорієнтоване на постійне зростання та довговічність, а не на короткочасний прибуток.

Продаж товарів за зразками



WWW.O-DVERY.RU













Висновки

- * Для удосконалення роздрібного продажу непродовольчих товарів за зразками працівники магазину повинні проводити разом із спеціалістами представників підприємства-виготовлювача роботу в такому напрямку: встановити перелік товарів, які користуються підвищеним попитом, або навпаки, пониженим, і причини цього, вести облік продажу товарів, товарних залишків, проводити анкетні опитування, виставки-продажі, виявляти вимоги покупців до асортименту, якості, складати звіт про кон'юнктуру ринку продукції.
- * Проводити опитування усно та письмовими анкетами.
- * Попит, що формується, доцільно вивчати на виставках-продажах нових товарів. Добре підготовлена виставка-продажа може служити експериментом для прогнозу попиту на той період, коли в магазині буде широкий асортимент товарів.

Пропозиції

- 1. Постійне спостереження за рухом товарів і умовами продажу;
- 2. Проведення вибіркового обстеження для обліку незадоволеного попиту і виявлення намірів покупців. Основним методом проведення цих спостережень є анкетні опитування покупців та інші;
- 3. Облік попиту, що формується шляхом збору відгуків покупців про товари і аналіз причин зміни структури продажу;
- 4. Проведення виставок-продаж, що дозволяють оперативно виявити відношення покупців до асортименту і якості товарів.
- В магазині необхідно періодично підводити підсумки роботи по вивченню попиту, обговорювати стан торгівельної кон'юнктури і попиту покупців, виявляти причини недоліків в організації товарного постачання магазину.
- Аналіз роботи магазину “РАМА” і матеріали опитування покупців дозволили сформулювати основні напрямки удосконалення роботи :
- - вивчення попиту населення проводити по розширеній програмі, яка охоплювала б всі відомі методи вивчення попиту по основних якісних показниках. Вивчати необхідно не тільки реалізований, але й незадоволений, і попит що формується. Необхідно розширити практику проведення виставок-продаж;
- - посилити роль реклами металопластикової продукції, підвищити цілеспрямованість, активізувати її виховну функцію, використовувати комплекс рекламних акцій, особливу увагу приділяти рекламі нових товарів.
- - підвищити активність продавців, забезпечити їх матеріальну зацікавленість у результатах праці. Ввести практику оплати праці продавців в залежності від якості обслуговування, проведення ефективності вивчення попиту, проведення рекламних міроприємств, використання прогресивних форм і методів обслуговування.
- Реалізація пропозицій по удосконаленню роботи по продажу товарів буде сприяти підвищенню рівня роботи магазину у відповідності з вимогами, які пред'являються магазинам.
- В магазині проводиться певна робота по вивченню попиту, організації реклами, продажу товарів та обслуговуванню покупців, про що свідчать результати опитування покупців.
- Магази́ну „РАМА” пропонується збільшити кількість каталогів із зразками металопластикової продукції , дверей , збільшити площу магазину .

Виконала :

студентка групи КД-32

Бородіна Г.О.