

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»  
(СМОЛЕНСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА)**

**Совершенствование технологии продажи  
товаров и обслуживания покупателя  
(на примере ООО Фирма «Март»)**

**Выполнил: Слюян Гарик Тосунович**

**Научный руководитель ВКР: Новикова Н.Е.,**

**К.Э.Н., доцент**

**Актуальность исследования** обусловлена приобретением особой значимости такой формы реализации товара как розничная торговля, где правильно выбранная технология продажи товаров и обслуживания покупателей залог успешности организации

**Объектом исследования**  
является ООО Фирма «Март»

**Предметом исследования**  
являются

организационно экономические,  
коммерческо-технологические процессы,  
происходящие в розничной торговле в  
современных условиях хозяйствования

Цель выпускной квалификационной работы состоит в разработке мероприятий по совершенствованию технологии продажи, на основе проведенного анализа организации процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей  
ООО Фирма «Март»

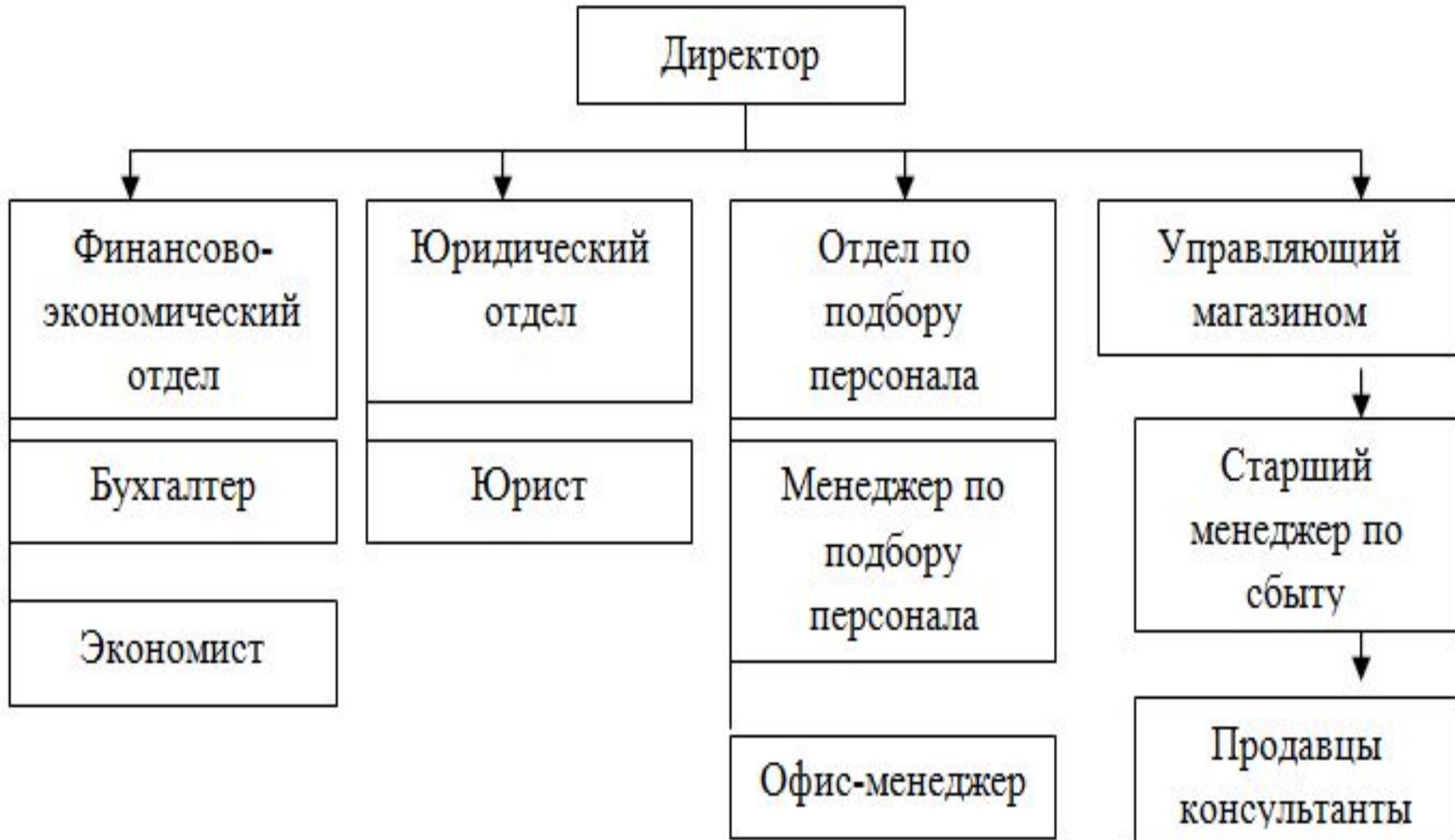
## К основным задачам исследования относятся:

- рассмотреть современных технологий продаж и обслуживания покупателей;
- составить общую характеристику организации и проведение анализа системы ее управления;
- оценить организации процесса продажи товаров и обслуживания покупателей в организации;
- разработать мероприятий по совершенствованию технологий продаж.

# Основные виды деятельности ООО Фирма «Март»

- торговля бытовыми электротоварами;
- оптовая торговля потребительскими товарами, не включенными в другие группировки; электрической бытовой техникой; радио-, теле- и видеоаппаратурой и аппаратурой для цифровых видеодисков (**DVD**); оптовая фототоварами и оптическими товарами

# Структура управления ООО Фирма «Март»



# Основные показатели хозяйственной деятельности ООО Фирма «Март» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Отклонение (+,-)	
	2013	2014	2015	2014 г. от 2013 г.	2015 г. от 2014 г.
Выручка от оказания услуг, тыс. руб.	20020	22075	22143	2055	68
Чистая прибыль, тыс. руб.	504	409	299	-95	-110
Основные средства, тыс. руб.	1757	1993	1862	236	-131
Оборотные средства, тыс. руб.	2938	3818	5087	880	1269
Коэффициент обновления	-	0,1	-	0,1	-0,1
Фондоотдача, тыс. руб.	11,4	11,1	11,9	-0,3	0,8
Фондорентабельность, %	30	20	20	-0,1	-
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	1907	2482	4014	575	1532
Оборачиваемость дебиторской задолженности,	10,5	8,9	5,5	-1,6	-3,4
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	1793	2559	3425	766	866
Оборачиваемость кредиторской задолженности,	11,2	8,6	6,5	-2,5	-2,2
Коэффициент автономии	0,6	0,6	0,5	-	-0,18
Коэффициент маневренности	0,4	0,4	0,5	-	0,1
Коэффициент финансовой независимости	1,6	1,8	2,0	0,2	0,2

# Оценка конкурентной позиции ООО Фирма «Март»

<b>Основные факторы успеха</b>	<b>Относительный вес (ОВ)</b>	<b>Оценка привлекательности (ОП)</b>	<b>Результат = ОВ*ОП</b>
<b>1. Относительная доля на рынке</b>	<b>0,2</b>	<b>4</b>	<b>0,8</b>
<b>2. Система сбыта</b>	<b>0,05</b>	<b>5</b>	<b>0,25</b>
<b>3. Развитие производственных процессов</b>	<b>0,1</b>	<b>5</b>	<b>0,5</b>
<b>4. Издержки (затраты)</b>	<b>0,1</b>	<b>4</b>	<b>0,4</b>
<b>5. Техническая оснащенность</b>	<b>0,15</b>	<b>4</b>	<b>0,6</b>
<b>6. Качество продукции</b>	<b>0,1</b>	<b>5</b>	<b>0,5</b>
<b>7. Деловые связи</b>	<b>0,2</b>	<b>4</b>	<b>0,8</b>
<b>8. Финансовые возможности</b>	<b>0,1</b>	<b>4</b>	<b>0,4</b>
<b>Оценка конкурентной позиции</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>4,25</b>

# SWOT-анализ

## Сильные стороны (S)

Ориентация на создание лояльных потребителей.  
Устойчивые связи с поставщиками.  
Эффективная ценовая политика.  
Выгодная территориальная местность.

## Слабые стороны (W)

Отсутствие сервисного обслуживания.  
Слабая маркетинговая политика.

## Возможности (O)

Увеличение числа и размеров заказов.  
Рассмотрение ассортимента персонального товаров.

## Угрозы (T)

Снижение доходов потребителей.  
Конкуренция со стороны товаров-заменителей.

# Проблемы организации продаж и технологии обслуживания покупателей ООО Фирма «Март»

## **1. Низкий уровень обслуживания потребителей :**

- неумение общаться**
- низкий профессионализм персонала**

## **2. Отсутствие автоматизации процесса учета товаров в торговом зале – в связи с ЭТИМ МНОГО времени уходит на ручной учет товаров торговых работников (менеджеров по продаже)**

# Предлагаемые мероприятия для ООО Фирма «Марта»

- 1.** Проведение тренингов среди персонала по технологиям продаж управляющим магазина
- 2.** Оптимизация процесса продаж в торговом зале с целью высвобождения менеджеров по продажам для обслуживания потребителей
- 3.** Автоматизация процесса учета товаров в торговом зале

# Преимущества автоматизации процессов продаж в ООО Фирма «Март»

- увеличить скорость и качество обслуживания покупателей;
- предоставить сотрудникам удобные рабочие места;
- внедрить жесткий контроль за действиями персонала и отслеживать случаи злоупотребления;
- формировать разнообразные отчеты о результатах работы предприятия и его сотрудников в режиме **on-line**;
- предоставлять покупателям дополнительные услуги (осуществлять расчет с помощью банковских карт, работать с бонусными картами, быстро предоставлять информацию о товарах, проводить программы лояльности для клиентов);
- работать с большим (и постоянно обновляющимся) ассортиментным рядом товаров;
- вести учет товаров на складах и в торговых залах;
- проводить инвентаризацию без остановки работы предприятия;
- анализировать динамику продаж по различным видам товаров.

## Оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий

**Чистый доход = 1299195,00 руб.**

**Чистый дисконтированный доход = 901214,8 руб.**

**Срок окупаемости = 2 месяца**

Спасибо за внимание!