

**Курсова на тему:
«Сутність і зміст комерційної роботи
торговельного підприємства в
ринкових умовах господарювання»**

**Студентки 3 курсу групи К-349
Спеціальності “Товарознавство та
комерційної діяльності”**

Космик Д.А.

**Керівник: викладач комерційних
дисциплін**

Дідняк В.Ю.

Миколаїв-2014



Торгівля на ринках сьогодні відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні населення як продовольчими, так і непродовольчими товарами.

В економічному плані роль торгівлі на ринках зводиться до того, що вона є ефективним механізмом товарно-грошового обміну і реалізації комплексу послуг, сферою створення великих обсягів товарообігу і перерозподілу грошових коштів.

Мета курсової роботи дослідження та аналіз сутності та змісту комерційної роботи торговельного підприємства в ринкових умовах господарювання.



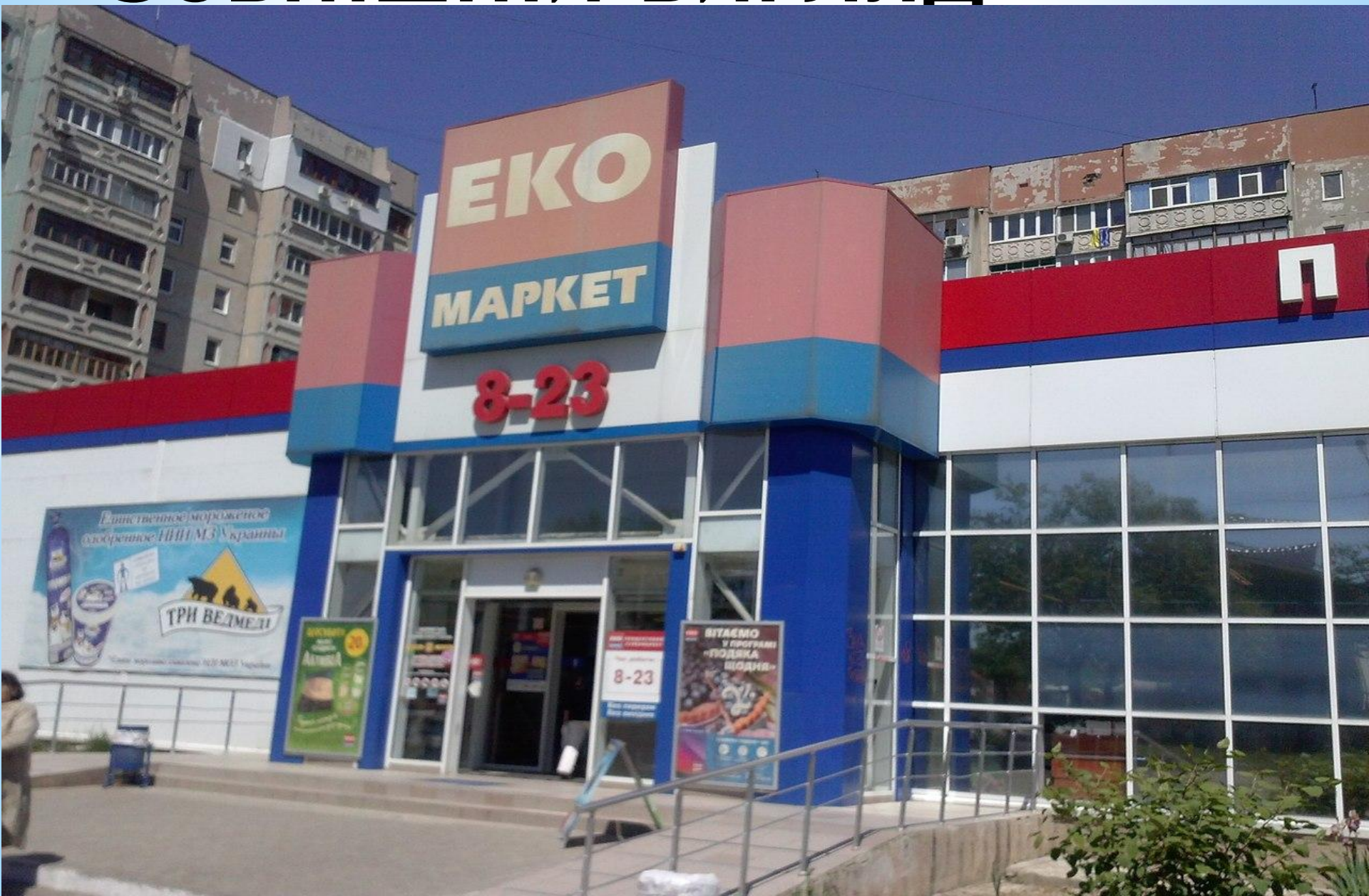
ТОР «ЕКО»

EKO
MARKET

8-23



* Зовнішній вигляд





ЕКО
МАРКЕТ

**ПРОДУКТОВИЙ
СУПЕРМАРКЕТ**

Час роботи:

8-23

**Без перерви
Без вихідних**



[www.eko](http://www.eko.com.ua)

EKO

МАРКЕТ

8-23

ПРОДУКТОВИЙ СУПЕРМАРКЕТ

8-23
Вся перераба
Вся картопля

EKO *Природна
класика*



* Проблема курсової роботи:

Основними принципами комерційної діяльності підприємства «ЕКО» є:

- * дотримання чинного законодавства;
- * висока культура обслуговування покупців;
- * оптимальність комерційних рішень;
- * дохідність, прибутковість.



Організація господарських зв'язків підприємства з комерційними партнерами.

При укладанні договорів з постачальниками на поставку товарів ТОВ «ЕКО» враховує такі принципи товаропостачання:

планомірність, ритмічність, оперативність, економічність, централізацію і технологічність.

* Організація оптових закупівель товарів та їх джерела.

На даному етапі підприємство здійснює діагностику ринку з метою уточнення своєї маркетингової стратегії та інформаційного забезпечення закупівельної діяльності. Вивчення ринку товарів передбачає систематичний збір, обробку, аналіз і оцінку інформації про розвиток потреб, попиту і товарної пропозиції, можливості конкурентів тощо.

* Організація системи товаропостачання підприємства.

Правильна організація товаропостачання припускає не тільки максимальне скорочення витрат часу і матеріальних засобів, але і усунення необхідності притягнення робітників до виконання операцій, зв'язаних з завозом товарів.

Шляхи удосконалення управління товаропостачанням на ТОВ «ЕКО» включають в себе контроль за виконанням обов'язків, мотивація, оплата, планування й оцінка. Займаючись цією діяльністю, менеджери повинні пам'ятати про наступні пріоритети:

- створення міцних зв'язків з оптовими підприємствами;
- акцент на цінність товару для споживача, а не на його ціну;
- сегментування і позиціонування товару;
- збільшення об'ємів товару.

* Облік і контроль якості постачання товарів

* Актуальною задачею комерційної роботи є механізація й автоматизація обліку постачань за допомогою ЕОМ і іншої сучасної комп'ютерної техніки. Робочі місця комерційних працівників оснащені персональними комп'ютерами (ПЕВМ), що забезпечують безупинний щоденний контроль за ходом постачань товарів по кожній позиції асортименту і кожному постачальнику, усунення ручної праці комерційних працівників по обліку і контролю постачань.

* Принципи і порядок формування асортименту товарів на підприємстві.

Під час формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі, найважливішою вимогою є максимальне задоволеній попиту покупців при найменших затратах часу на їх придбання при забезпеченні прибуткової роботи магазинів.

Процес формування асортименту товарів у магазинах складається з трьох етапів:

- 1) Встановлюється груповий асортимент товарів, чим визначається асортиментний профіль підприємства.
- 2) Формується асортимент товарів, визначається структура групового асортименту магазину, тобто встановлюється кількісне співвідношення окремих груп товарів.
- 3) Визначається розгорнутий асортимент товарів, тобто здійснюється підбір конкретних різновидів товарів у межах кожної товарної групи.

* Організація продажу товарів підприємством

Продаж товарів на основі самообслуговування — один із самих зручних для покупців методів продажу товарів. Самообслуговування дозволяє прискорити операції з продажу товарів, збільшити пропускну здатність магазинів, розширити обсяг реалізації товарів. Цей метод передбачає вільний доступ покупців до викладених у торговому залі товарів, можливість самостійно оглядати і відбирати їх без допомоги продавця, що дозволяє більш раціонально розподіляти функції між працівниками магазину. Оплата за відібрані товари здійснюється у вузлах розрахунку, що обслуговуються контролерами-касирами.

* Рекламно-інформаційна робота підприємства

У ТОВ «ЕКО» є відділ маркетингу, який відповідає за рекламну діяльність в супермаркеті. На кожний місяць вони розробляють газету, в якій зазначається про акції та знижки на товари різних груп. Таку газету покупці отримують безкоштовно, таким чином супермаркет залучає їх прийти ще раз. Також у «ЕКО» присутня відеореклама, яка є досить ефективною, так як динамічно зображення привертає увагу більше, ніж статичні картинки або текст. Стіни супермаркету прикрашені рекламними і акційними вивісками, що також привертає увагу покупців.

* Види послуг, що надаються підприємством

Послуги, пов'язані з підготовкою товарів до продажу і безпосередньо з продажем та залученням покупців, включають підготування товару до продажу, надання готовій продукції товарного вигляду.

Перелік основних послуг в супермаркеті «ЕКО»:

- * 1. попередня підготовка товарів до продажу, тобто фасування.
- 2. парковка.

Перелік додаткових послуг у супермаркеті «ЕКО»:

- * 1. послуги по зважуванню, нарізці продуктів, продаж паперових видань-газет, журналів.
- * 2. організація аптечного кіоску
- * 3. Відділення Приват Банку

* **Культура та якість торговельного обслуговування на підприємстві.**

Відповідно до Методичних рекомендацій про атестацію об'єктів роздрібної торгівлі та порядок віднесення їх до певних атестаційних категорій, затверджених наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України від 19.09.2002 р. №276 підлягають атестації всі об'єкти роздрібної торгівлі на добровільній основі, в яких здійснюються стаціонарна роздрібна торгівля. Після проведення атестації у супермаркеті «ЕКО», підприємство набрало 684 бали, було віднесено до першої категорії.

* Висновки та пропозиції:

Господарські зв'язки між постачальниками і покупцями — важлива функція комерційної діяльності. Такі зв'язки відображають не тільки суто комерційні, а й економічні, організаційні, адміністративно-правові, фінансові відносини, що складаються між учасниками торгових операцій.

Встановлюючи прямі договірні зв'язки з виробниками товарів, кооперативні організації та підприємства мають реальну можливість впливати на асортимент і якість виготовленої продукції, її ціну шляхом безпосереднього узгодження з виробниками основних договірних умов поставок товарів.

Можна запропонувати наступні заходи по підвищенню ефективності стимулювання збуту в супермаркеті «ЕКО»: пошук нових постачальників, як вітчизняних, так і зарубіжних; проведення активної рекламної кампанії; рекомендується знизити ціни на товари в середньому на 5 %, або сформувані окрему групу товарів за низькими цінами.



Дякую за увагу!