

**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 кооперативной торговле в рыночных 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.



АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ФИРМА «МАРТ»

Общая характеристика организации

ООО Фирма «Март» - микропредприятие, осуществляющее свою деятельность в области торговли бытовыми электротоварами в специализированных магазинах.



«Март»

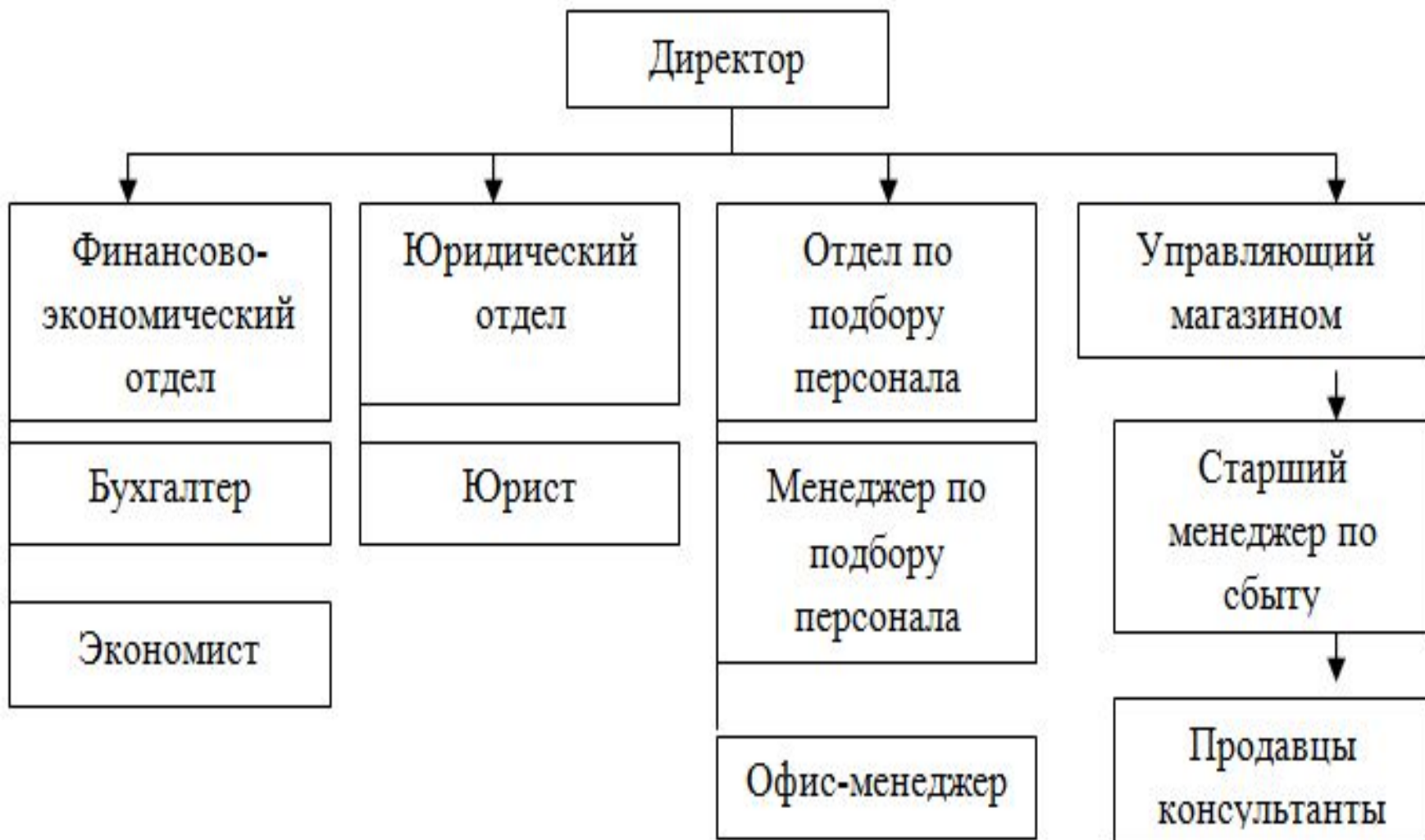
| Основные факторы успеха | Относительный вес (ОВ) | Оценка привлекательности (ОП) | Результат = ОВ*ОП |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| 1. Относительная доля на рынке | 0,2 | 4 | 0,8 |
| 2. Система сбыта | 0,05 | 5 | 0,25 |
|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

SWOT-анализ

| | |
|--|---|
| <p>Сильные стороны (S)</p> <p>Ориентация на создание лояльных потребителей.</p> <p>Устойчивые связи с поставщиками.</p> <p>Эффективная ценовая политика.</p> <p>Выгодная территориальная местность.</p> | <p>Слабые стороны (W)</p> <p>Отсутствие сервисного обслуживания.</p> <p>Слабая маркетинговая политика.</p> |
| <p>Возможности (O)</p> <p>Увеличение числа и размеров заказов.</p> <p>Рассмотрение ассортимента персонального товаров.</p> | <p>Угрозы (T)</p> <p>Снижение доходов потребителей.</p> <p>Конкуренция со стороны товаров-заменителей.</p> |

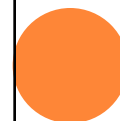


СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ООО ФИРМА «МАРТ»



ДИНАМИКА И СТРУКТУРА КАДРОВОГО СОСТАВА ООО ФИРМА «МАРТ»

| Категория персонала | Численность, чел. | | | | | |
|----------------------------------|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2013 г. | % | 2014 г. | % | 2015 г. | % |
| Всего, в т.ч. | 10 | 100 | 10 | 100 | 14 | 100 |
| Административный персонал | 2 | 20 | 2 | 20 | 2 | 14 |
| Специалисты | 6 | 60 | 6 | 60 | 8 | 57 |
| Торговый персонал | 2 | 20 | 2 | 20 | 4 | 29 |



Пути повышения технологии продажи товаров и обслуживания покупателя ООО ФИРМА "МАРТ"

Оценка организации процесса продажи товаров и обслуживания покупателей в организации



ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ МАГАЗИНА БЫТОВОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ

Чистый доход

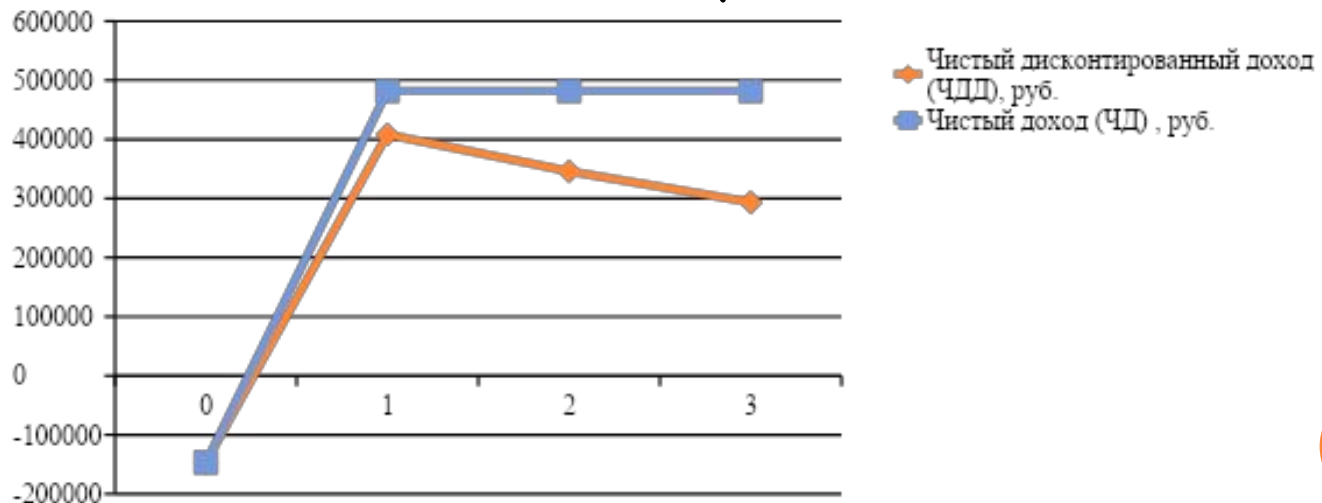
$$\text{ЧД} = -146730,00 + 481975 \cdot 3 = 1299195,00 \text{ руб.}$$

Чистый дисконтированный доход

$$\begin{aligned} \text{ЧДД} &= \frac{-146730}{(1+0,08+0,10)^0} + \frac{481975}{(1+0,08+0,10)^1} \\ &+ \frac{481975}{(1+0,08+0,10)^2} + \frac{481975}{(1+0,08+0,10)^3} \\ &= 901214,8 \text{ руб.} \end{aligned}$$


Дисконтированный срок окупаемости

$$T_{\text{ок}} = \frac{146730}{901214,8} \approx 2 \text{ мес.}$$



Изменение показателей экономической эффективности за 3 года

Выводы:

- 1.** Розничная торговля является основной отраслью деятельности потребительской кооперации. Она представляется собой завершающую форму продажи товаров конечному потребителю в небольших объемах через магазины, павильоны, лотки, палатки и другие пункты сети розничной торговли.
 - 2.** Анализ деятельности ООО Фирма «Март» показал удовлетворительные результаты основных экономических показателей.
 - 3.** Мероприятие по совершенствованию организации процесса продажи товаров и обслуживания покупателей в организации позволят фирме повысить уровень обслуживания клиентов.
- 

Спасибо за
внимание!

