

**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: Слаян 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.



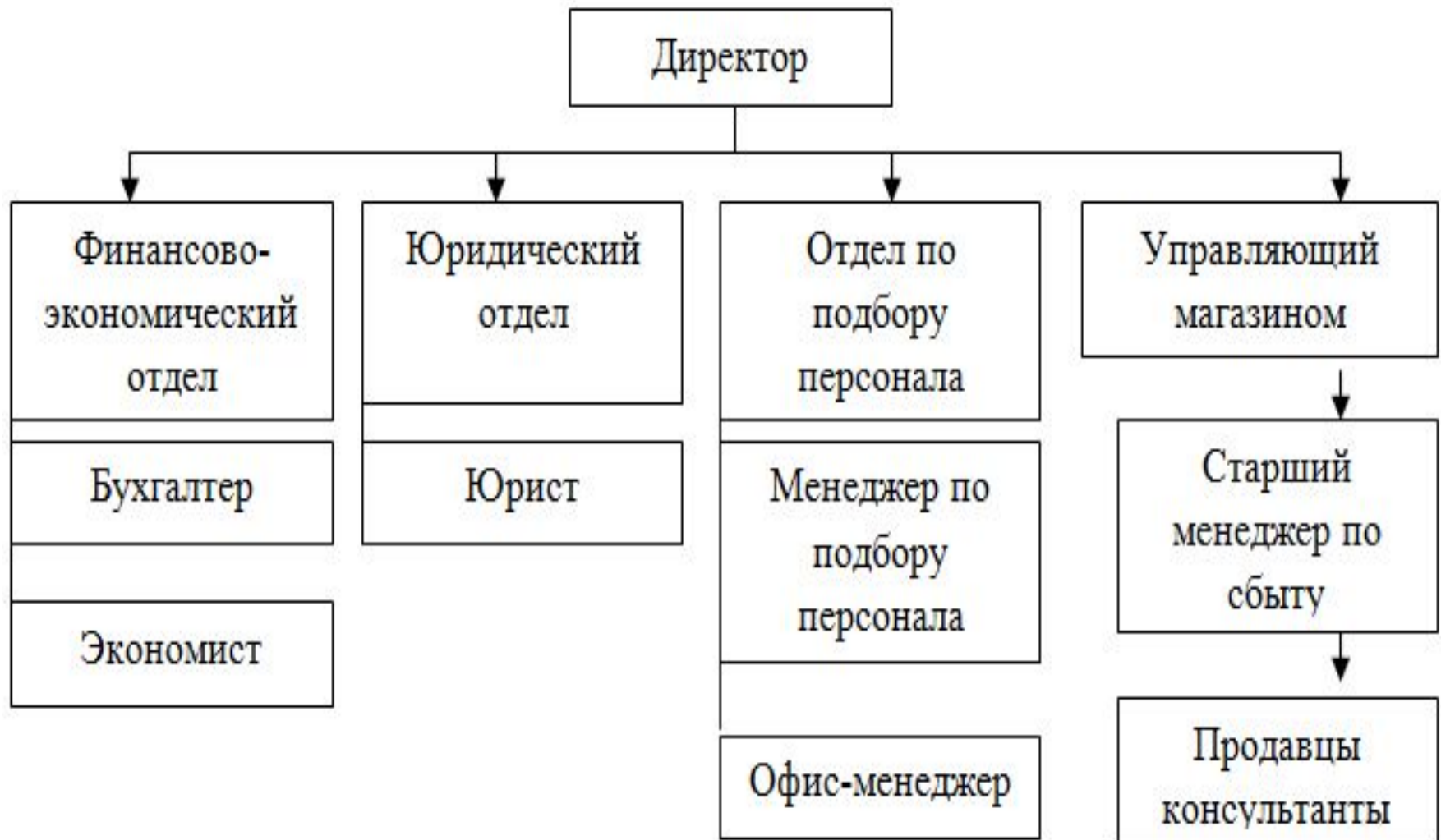
Основные факторы успеха	Относительный вес (ОВ)	Оценка привлекательно сти (ОП)	Результат = ОВ*ОП
1. Относительная доля на рынке	0,2	4	0,8
2. Система сбыта	0,05	5	0,25
3. Развитие производственных процессов	0,1	5	0,5
4. Издержки (затраты)	0,1	4	0,4
5. Техническая оснащенность	0,15	4	0,6
6. Качество продукции	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

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.

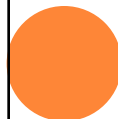


СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ООО ФИРМА «МАРТ»



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

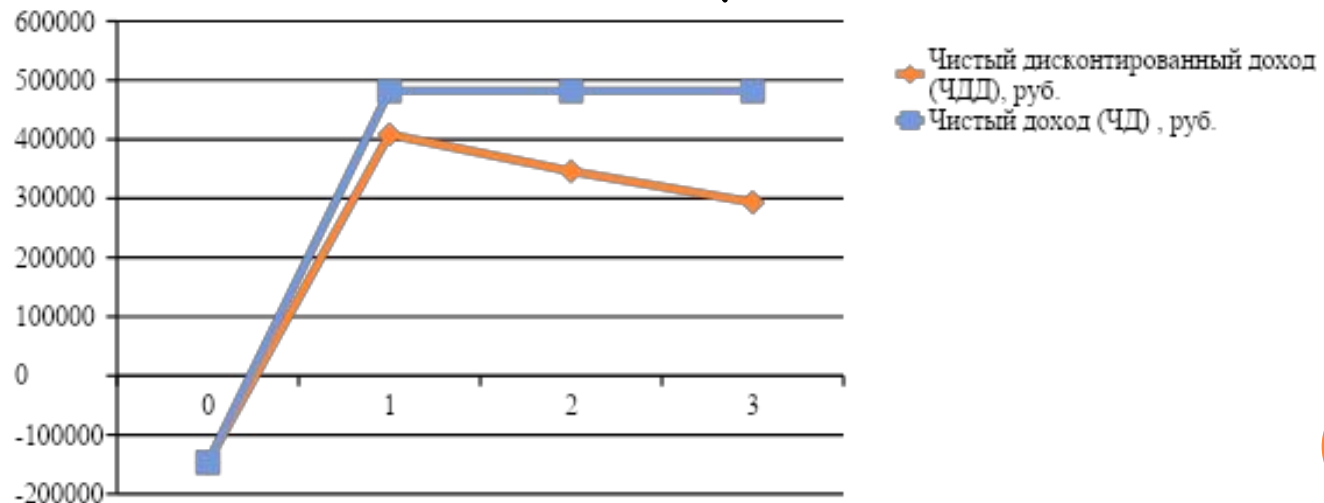
$$\text{ЧД} = -146730,00 + 481975 \cdot 3 = 1299195,00 \text{ руб.}$$

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!

