

1. Слайд

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - Организация сбытовой деятельности в торгово-посреднических структурах на примере магазина «Продукты» ИП Камакина
Актуальность темы обусловлена тем, что именно от сбытовой деятельности предприятия в основном зависит полученная им прибыль, а значит и общая финансово-экономическая устойчивость.

2. Слайд

Цель работы - разработка рекомендаций по совершенствованию системы сбытовой деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина).

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические основы управления сбытовой деятельностью;
2. Проанализировать систему сбытовой деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина);
3. Разработать мероприятия по совершенствованию системы управления сбытовой деятельностью;
4. Провести экономическое обоснование результативности рекомендаций.

3. Слайд

В первой главе работы рассматриваются ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ.

Анализ понятия и основных систем управления сбытовой деятельности предприятия в торгово-посреднических структурах показал, что сбыт представляет собой систему отношений в сфере товарно-денежного обмена между экономически и юридически свободными субъектами рынка сбыта, реализующие свои коммерческие потребности.

Роль и значение сбытовой деятельности:

сохраняет созданные потребительскую стоимость и стоимость товара

создает дополнительные, чем увеличивает общую ценность этого товара;

реализует помимо конкретных экономических результатов деятельности предприятия, ещё и определенные потребности конкретных потребителей.

является одним из источников его преимущества перед конкурентами

Функции сбыта:

Коммерческие: функции, которые содействуют купле-продаже товара и осуществлению передачи прав собственности.

Технологические (физические): транспортировка, фасовка, сортировка, хранение, защита и прочее).

4. Слайд

Исследование типов и этапов сбытовой деятельности в торгово-посреднических структурах выявило следующие факты. Канал сбыта – это совокупность отдельных лиц или фирм, принимающих на себя или помогающие продать или передать кому-либо право собственности на любой товар или услугу на всём пути их пути от производителя к потребителю. Саму их деятельность характеризуют собственные функции, ограничения и условия.

Сбытовые каналы ведут продукцию от самого изготовителя вплоть до потребителей.

Среди основных характеристик функционирования сбытовых каналов наиболее популярными являются: длина и ширина канала, его скорость и стоимость сбыта одной единицы (партии) товара.

5. Слайд

Изучение маркетингового подхода к разработке сбытовой политики на предприятии позволило определить: Стратегия сбыта – это процесс долгосрочного планирования, методология организации и управления сбытом, позволяющие успешно реализовать философию ведения сбыта конкретным предприятием-продавцом.

Стратегия сбыта должна определять:

- типы посредников и их роль в цепочке сбыта;
- уровень селективности сбыта;
- возможности розницы и опта;
- потребности в дополнительном обслуживании после продажи;
- оптимальную структуру методов сбыта и его каналов;
- структуру цены, предназначенной для конечного покупателя (потребителя);
- главное направление в сфере сбытовой коммуникации .

6. Слайд

Во второй главе работы проводится АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА).

Магазин «Продукты» ИП «Камакина» зарегистрировано управлением государственной регистрации г. Сердобска.

Услуги: реализация продуктов питания и всего необходимого для дома для удовлетворения ежедневных потребностей жителей города.

Штат работников магазина «Продукты» состоит из 5 человек: директор, бухгалтер, 3 продавца - кассира.

Площадь всего магазина составляет 43 м2, а площадь торгового зала 26 м2.

7. Слайд

Далее проводился финансово-экономический анализ показателей прибыли и рентабельности работы магазина.

В 2013 г. по сравнению с 2012г. произошел рост суммы товарооборота на 132,7 тыс. р. в действующих ценах и снизился на 59,8 тыс. р. в сопоставимых ценах. Темпы роста товарооборота составляют соответственно 104,7% и 97,87%. Следовательно, на предприятии произошло не только повышение цен на продаваемые товары, но и увеличивается количество проданных товаров в результате расширения ассортимента и повышения покупательского спроса.

В целом в результате деятельности предприятия сумма прибыли от реализации товаров увеличилась на 38,4 тыс. руб., балансовой прибыли -на 37,62 тыс. р. В связи с тем, что магазин не платит налог на прибыль, размер чистой прибыли равен величине балансовой прибыли.

8. Слайд

При рассмотрении показателей эффективности оборотных средств отмечаем, что товарооборот в 2013 году вырос на 132,7 т.р. При этом сумма оборотных средств снизилась на 129,9 т.р., такое изменение данных показателей привело к увеличению прибыли на 38,4 т.р. или на 8,8%, что говорит о более эффективном использовании имеющихся оборотных средств в 2013 году по сравнению с 2012 годом.

Положительное изменение структуры оборотных средств привело к улучшению показателя оборачиваемости оборотных средств, а именно снизилось на 23,1 дн. и соответственно улучшению коэффициента оборачиваемости - увеличилось на 0,39. Фондоемкость является обратной величиной фондоотдачи: чем больше фондоотдача и меньше фондоемкость, тем эффективнее предприятие использует свои производственные фонды. В данном случае показатели фондоотдачи и фондоемкости в 2013 году также улучшились: коэффициент фондоотдачи оборотных средств вырос на 0,4., а фондоемкости

снизился на 0,07. Данная положительная тенденция также явилась следствием улучшения структуры товарооборота.

9. Слайд

Итогом проведения анализа внешней и внутренней среды стало составление SWOT-матрицы.

Согласно проведенному SWOT — анализу, преимуществами ИП Камакина перед основными конкурентами отмечены: квалифицированный персонал, собственное помещение, гибкая ценовая политика.

Однако, есть и недостатки, среди которых: слабо развитый комплекс маркетинговых коммуникаций и небольшое помещение.

Среди повседневного ассортимента продуктов все большим спросом стали пользоваться молочная продукция.

Постоянное обновление ассортимента способствует привлечению новых клиентов и удержанию постоянных. Наиболее активными покупателями являются пенсионеры.

10. Слайд

Третья глава посвящается СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА) Для оценки конкурентоспособности сбытовой деятельности ИП Камакина по магазину «Продукты» были выбраны несколько однотипных магазинов, расположенных города, занимающихся розничной торговлей продуктами питания. Оценивались условия конкурентоспособности магазина «Продукты» ИП Камакина по сравнению с выбранными магазинами конкурирующих фирм.

По приведенным показателям мы видим, что магазин «Продукты» ИП Камакина набрал высокое количество баллов, что положительно характеризует потенциал сбытовой деятельности и конкурентоспособность. Магазин «Продукты» ИП Камакина способен до определённого момента выдерживать конкуренцию с аналогичными магазинами на данном рынке, т.к. предоставляет широкий спектр услуг, предлагает широкий ассортимент товаров для потребителей с разным достатком, предоставляет выгодные ежедневные скидки, имеет вежливый персонал и т.д.

11. Слайд

Процесс услуги реализации товаров состоит из следующих основных этапов: формирование ассортимента, приемка товаров, обеспечение хранения, предпродажная подготовка, выкладка товаров, предложение товаров покупателю, расчет с покупателями, отпуск товара.

Все эти услуги реализации продуктов ИП Камакина оказывает покупателям. Реализация товаров осуществляется в специализированном продовольственном магазине.

Услуги, оказываемые на момент проверки по ГОСТ Р 51304 – 99 «Услуги розничной торговли. Общие требования» сведены в таблицу на слайде.

Анализируя книгу отзывов и предложений можно сделать вывод, что половина покупателей довольны обслуживанием в магазине «Продукты» ИП Камакина, а половину покупателей не устраивает обслуживание в магазине. Основные жалобы были на то, что некоторые светильники не подключены, а также на «печальных» продавцов. Другая половина покупателей довольны обслуживанием и просили отметить вежливых и отзывчивых продавцов.

В магазине «Продукты» ИП Камакина обобщающий коэффициент уровня качества обслуживания составил 0,95.

Также был рассчитан коэффициент завершенности покупки составил 0,47 его значение можно считать достаточно низким.

Для совершенствования сбытовой деятельности магазина были разработаны рекомендации, которые включают следующие шаги...

12. Слайд

1. Повысить уровень профессионального образования работников (мотивировать их на повышение продаж).
2. Для повышения производительности труда разработать и ввести положение о премировании работников с целью их заинтересованности в результатах своего труда.
3. Периодически проводить рекламные акции по продаже товаров.
4. Провести исследования в области менеджмента с целью расширения и углубления специфики развития коммерческой деятельности.
6. Разработать кодекс поведения сотрудников магазина «Продукты», для этого провести социологическое исследование, которое должно быть направлено на определение базовых ценностей и потребностей сотрудников;
7. Провести исследование предпочтений покупателей. Создавать флаера (форматом А5), в которых будет содержаться краткая анкета с опросом предпочтений покупателей.

13. Слайд

Прогнозируемый экономический эффект показал, что затраты на дальнейшее развитие специфики коммерческой деятельности ИП Камакина окупятся в течение двух месяцев, и ожидаемый эффект от предложенных мероприятий не заставит себя долго ждать. Прогнозируется, что затраты окупятся в течении двух месяцев и принесут доход с каждого вложенного рубля практически в размере 2 рублей.

Таким образом, предложенный проект можно считать экономически выгодным и рекомендованным к внедрению в организации.

14. Слайд

В ходе подготовки работы были реализованы следующие задачи:

1. Рассмотрены теоретические основы управления сбытовой деятельностью;
 2. Проанализирована система сбытовой деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина);
 3. Разработаны мероприятия по совершенствованию системы управления сбытовой деятельностью;
 4. Проведено экономическое обоснование результативности рекомендаций.
- Цель работ – разработка рекомендаций по совершенствованию системы сбытовой деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина) – достигнута.