



Организация сбытовой деятельности в торгово-посреднических структурах на примере магазина «Продукты» ИП Камакина

Выполнила
Солодовникова Мария Михайловна



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – совершенствование системы сбытовой деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина).

Задачи:

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.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВО- ПОСРЕДНИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ

Понятие и основные системы управления сбытовой деятельности предприятия в торгово-посреднических

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).



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВО- ПОСРЕДНИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ

Типы и этапы сбытовой деятельности в торгово-посреднических структурах :

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.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВО- ПОСРЕДНИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ

Маркетинговый подход к разработке сбытовой политики на предприятии:

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 .

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

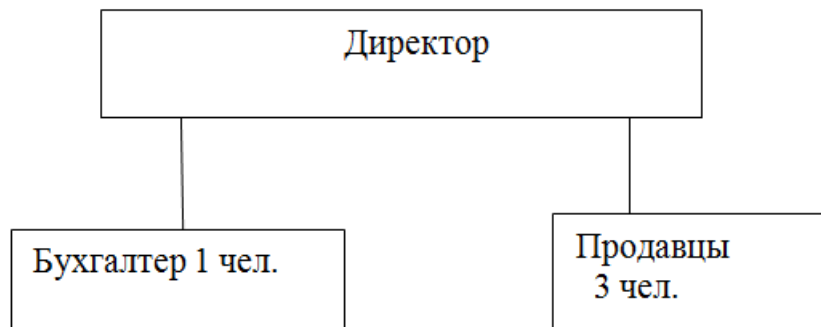
Общая характеристика магазина «Продукты» (ИП

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.



Организационная структура



АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Анализ основных технико-экономических показателей
деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина):

Основные показатели прибыльности и рентабельности деятельности предприятия

Показатель	2012	2013	Отклонение	% к 2012г.
Товарооборот, т.р.	2809,4	2942,1	132,7	104,7
Валовой доход, т.р.	899,3	944,3	45	105,0
Уровень, % к товарообороту	32,0	32,1	0,1	100,3
Издержки обращения, т.р.	465,2	471,8	6,6	101,42
Уровень, % к товарообороту	16,6	16,04	-0,56	96,63
Прибыль от реализации товаров, т.р.	434,1	472,5	38,4	108,85
Внереализационные расходы, т.р.	8,7	9,48	0,78	109
Балансовая прибыль, т.р.	425,4	463,02	37,62	108,8
Чистая прибыль, т.р.	425,4	463,02	37,62	108,8
Рентабельность продаж, %				
Исходя из прибыли от реализации товаров	15,5	16,1	0,6	103,87
Исходя из балансовой прибыли	14,9	15,3	0,4	102,68
Исходя из чистой прибыли	14,9	15,3	0,4	102,68
Прибыль от реализации товаров, %				
К валовому доходу	65,65	68,93	3,28	105,0
К издержкам обращения	637,3	646,37	9,07	101,4



АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Анализ основных технико-экономических показателей деятельности магазина «Продукты» (ИП Камакина):

Показатели эффективности использования оборотных средств магазина «Продукты»

Показатель	2012 год	2013 год	Отклонение
Товарооборот, тыс.р.	2809,4	2942,1	+132,7
Однодневный товарооборот, тыс.р.	7,7	8,1	+0,4
Сумма оборотных средств, тыс.р.	1230,5	1100,6	-129,9
Прибыль, тыс.р.	434,1	472,5	+38,4
Оборачиваемость оборотных средств, дн	157,9	134,8	-23,1
Коэффициент оборачиваемости ОС, кол-во оборотов	2,28	2,67	+0,39
Уровень рентабельности ОС, %.	35,3	42,9	+7,6
Фондоотдача оборотных средств, р.	2,3	2,7	+0,4
Фондоемкость ОС, к.	0,44	0,37	-0,07



АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

SWOT- анализ магазина «Продукты»:

SWOT- матрица

	Возможности: 1. Расширение ассортиментной группы 2. Увеличение скидок на оптовые закупки со стороны поставщиков	Угрозы: 1. Ожесточение конкуренции 2. Изменение вкусов и потребностей клиентов
Сильные стороны: 1.Опытный персонал 2.Наличие качественного товара 3.Гибкая ценовая политика 4.Собственное помещение	позволит удовлетворить изысканные вкусы любого клиента возможность обслуживания дополнительных групп потребителей возможность привлечения новых потребителей не нужно платить высокую арендную плату	наличие качественного товара позволит избежать конкурентной угрозы избежание конкурентной угрозы и учет изменений потребностей потребителей
Слабые стороны: 1. Небольшая площадь помещения	—	может способствовать снижению конкурентоспособности

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Стратегии и стимулирование сбыта товаров в магазине «Продукты» (ИП Камакина):

Оценка магазина «Продукты» ИП Камакина по условиям конкурентоспособности с другими магазинами

Параметры		Магазины – конкуренты			
		«Продукты» ИП Камакина	«Карат»	«Семья»	«Для Вас»
1	Ассортимент	4	4	4	5
2	Цены	4	3	4	3
3	Расположение	4	4	4	5
4	Режим работы	4	4	4	5
5	Парковка	4	3	3	3
6	Скорость и качество обслуживания	4	4	4	4
Итого:		24	22	23	25

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Стратегии и стимулирование сбыта товаров в магазине «Продукты» (ИП Камакина):

Характеристика оказываемых услуг в магазине «Продукты» « ИП Камакина

Торговые услуги				Коэффициент оказания услуг
Услуги по оказанию помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании:	1	0,75	1	0,92
1.прием и исполнение заказов на товары доставка на дом,				
2. упаковывание купленных товаров в магазине,	+	+	+	
	+	-	+	
3. комплектование и упаковывание подарочных наборов из имеющихся	+	+	+	
в наличии товаров, в том числе по заказам и др.	+	+	+	



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Рекомендации по совершенствованию организации и планирования сбыта в магазине «Продукты» (ИП

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.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «ПРОДУКТЫ» (ИП КАМАКИНА)

Расчет экономической эффективности:

Экономическая эффективность = Общая прибыль/ Сумма затрат

Экономическая эффективность = 472500руб. /83220руб. = 5,67

Предположим, что разработанные предложения по специфике развития коммерческой деятельности ИП Камакина позволят увеличить прибыль на 5%. Исходя из этого, рассчитаем балансовую рентабельность по формуле:

$Rб = П/Собщ. \times 100\%$,

где П – общая прибыль, руб.;

Собщ. – суммарные затраты, руб.;

$$Rб = 472500 \text{ руб.} / 83220 \text{ руб.} \times 100\% = 567\%$$

Подсчитаем, за какой промежуток времени окупятся наши предложенные мероприятия:

$T = Собщ. / П$

где Т – время окупаемости затрат, год;

Собщ. – суммарные затраты, руб.;

П – общая прибыль, руб.

$$83220 \text{ руб.} / 472500 \text{ руб.} = 0,2 \text{ месяца}$$



Организация сбытовой деятельности в
торгово-посреднических структурах на
примере магазина «Продукты» ИП
Камакина

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!