

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«Организация форм и методов продажи товаров
в розничных торговых предприятиях »**

Выполнил:

Научный руководитель:

Цель и задачи

Цель - изучение особенностей организации розничной продажи товаров и обслуживания покупателей и разработка рекомендаций по совершенствованию розничной продажи товаров на материалах «Snow» ИП Николаев В.А.

Задачи:

1. изучить теоретический материал по теории организации розничной продажи товаров;
2. изучить основные элементы организации розничной продажи товаров;
3. изучить эффективность показателей оценки розничной продажи товаров;
4. провести анализ розничной продажи товаров в отделе «Snow»;
5. определить эффективность организации розничной продажи товаров, в отделе «Snow»;
6. разработать рекомендации по совершенствованию розничной продажи товаров в отделе «Snow».

Анализ основных экономических показателей деятельности магазина «Snowi» за 2018-2019 годы

Показатели	Ед. изм.	2018 год	2019 год	Отклонение, (+;-)	Темп изменения, %
1. Оборот розничной торговли (без НДС)	тыс. руб.	5450,0	4640,0	-810,0	85,1
2. Торговая площадь	м²	50,0	50,0	0,0	0,0
3. Оборот розничной торговли на 1м² торговой площади	тыс. руб./м²	109,0	92,8	-16,2	85,13
4. Численность работников, всего	чел.	7	6	-1	85,71
в т.ч. численность обслуживающего персонала	чел.	5	4	-1	80,0
5. Производительность труда одного работника	тыс. руб. /чел.	779	773	-6	99,2
6. Производительность труда одного работника обслуживающего персонала	тыс. руб./ чел.	1090	1160	70	106,5
7. Среднемесячная заработная плата одного продавца	тыс. руб.	18,0	16,5	-1,5	91,7
8. Годовой фонд заработной платы – сумма	тыс. руб.	1440	1152	-288	80
-уровень фонда заработной платы	%	26,4	24,8	-1,6	93,9
9. Валовая прибыль	тыс. руб.	2700,0	2300,0	-400,0	
-сумма-уровень	%	49,5	49,6		85,2
10. Издержки обращения	тыс. руб.	1825,0	1541,0	-284	
-сумма -уровень	%	33,4	33,2		84,4
11. Прибыль (убыток) от продаж	тыс. руб.	875,0	759,0	-1,5	
-сумма	%	11,8	10,3		86,7
-рентабельность продаж					
12. Проценты к получению	тыс.руб.	0,0	0,0	0,0	0,0
13. Проценты к уплате	тыс.руб.	0,0	0,0	0,0	0,0
14. Прочие доходы	тыс. руб.	0,0	0,0	0,0	0,0
15. Прочие расходы	тыс. руб.	28,0	28,0	0,0	0,0
16. Прибыль (убыток) до налогообложения- сумма	тыс. руб.	847,0	731,0	-116,0	86,3
-рентабельность предприятия	%	11,4	9,9	-1,5	86,3
17. Текущий налог на прибыль и иные аналогичные платежи	тыс. руб.	127,0	110,0	-17,0	86,6
18. Чистая прибыль	тыс. руб.	720,0	621,0	-99,0	86,2
-сумма					86,25
- рентабельность конечной деятельности	%	9,7	8,4	-1,3	86,6

Структура ассортимента верхней одежды по стране производителя в магазине «Snowimage»

Страна производитель	Поступило, шт.	Доля, %	Реализация, шт.	Доля, %	Уровень реализации, %
Россия	75	9,1	21	5,9	28,0
Китай	465	56,9	212	59,9	45,5
Вьетнам	276	33,8	123	34,5	44,5
Итого:	816	100	356	100	43,6

Анализ структуры ассортимента по видам в магазине «Snowimage» на 20.01.2020 г.

Вид	Поступило, пар	Доля, %	Реализация, пар	Доля, %	Уровень реализации, %
Пуховики	209	86,8	312	87,6	44,0
Куртки синтепон	107	13,2	44	12,3	32,7
Итого	316	100	356	100	43,6

Анализ устойчивости ассортимента торгового предприятия

Товарные группы	Кол-во разновидностей, предусмотренное ассорт. перечнем	Факт. количество разновидностей на момент проверок			Ср. кол-во разновидностей	Коэффициент устойчивости ассортимента
		Проверка 28.03.20	Проверка 10.04.20	Проверка 13.05.20		
Пуховики	209	200	208	206	204,66	0,9792
Куртки синтепон	107	107	103	100	103,33	0,9657
Ветровки	50	50	48	47	48,3	0,9666
Плащи	25	25	24	22	23,6	0,9466
Пиджаки	20	20	20	19	19,6	0,9833
Итого:	411	402	403	394	399,49	0,96638

Расчет установочной и выставочной площади в магазине «Snow»

Наименование	Длина, м	Ширина, м	Количество	Количество полок	Установочная площадь (м²)	Выставочная площадь (м²)
Пристенная горка	1	0,5	10	2	5	12
Прилавок	1,2	1	4	2	4,8	9,6
Мебель (рабочие места персонала – менеджеров)	1,5	0,8	1	1	1,20	1,20
Кассовый бокс	1	0.5	1	2	0,5	1
Примерочная кабина	1,5	1,5	1	0	2,25	2,25
Итого	6,2	4,3	17	7	13,75	26,05

Анализ эффективности использования площадей магазина «Snow»

Метод продажи	Торговая площадь, м²	Установочная площадь, м²	Выставочная площадь, м²	Коэффициент установочной площади	Коэффициент выставочной площади	Коэффициент емкости оборудования
самообслуживание	50	13,75	26,05	0,275	0,521	1,92

Затраты времени клиентов на ожидание обслуживания в магазине «Snow»

Номер замера	Затраты времени на		
	ожидание консультации	ожидание расчета	ожидание получения товара
1	20	82	11
2	34	103	17
3	22	8	10
4	32	9	17
5	30	41	12
6	41	10	8
7	34	29	16
8	26	28	16
9	10	19	13
10	15	28	21
11	40	18	17
12	13	69	14
13	20	57	13
14	13	48	11
15	14	9	18
16	16	18	10
17	15	38	12
18	18	68	14
19	10	78	20
20	22	89	19
Итого	445	849	289

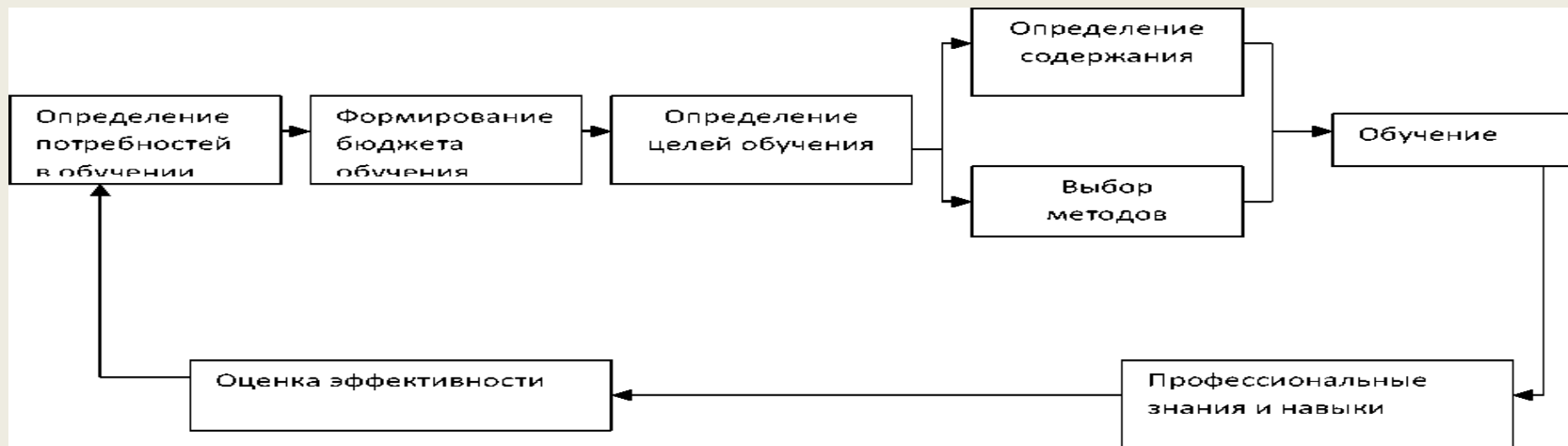
Структура ответов покупателей на вопрос о качестве обслуживания в магазине «Snow»

Ответы на вопрос о качестве обслуживания	Количество человек, чел.	Удельный вес, %
Отлично	50	50,0
Хорошо	28	28,0
Удовлетворительно	12	12,0
Неудовлетворительно	10	10,0
Итого	100	100,0

Причины отрицательной оценки клиентами уровня обслуживания в «Snow»

Причины отрицательной оценки уровня обслуживания	Количество человек, чел.	Удельный вес, %
Высокие цены на необходимые товары	3	13,6
Отсутствие скидок	3	13,6
Отсутствие товаров в желаемой цветовой гамме	6	27,3
Отсутствие необходимого размерного ряда	10	45,5
Итого	22	100,00

Процесс обучения персонала



Рекомендации

- создание системы дисконтных карт;
- улучшить освещение, т.к. многие покупатели жалуются на яркий свет;
- огородить витрину, т.к. многие покупатели напрямую подходят к манекенам и плакатам;
- применить более совершенное оборудование по безналичному расчету, т.к. связь с банком может занять и 10 минут;
- некоторое торговое оборудование имеет потертости, поэтому следует поменять его на более новое и совершенное;
- поставить в торговом зале диваны;
- улучшить средства защиты товара, т.к. используются алармы, которые легко снять;
- улучшить условия труда персонала;
- организовать рекламное сообщение в торговом центре по радио.
- создать собственный интернет сайт.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!