

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - «Совершенствование управления продажами в розничной торговой сети (на примере торговой сети пятерочка x5 retail group)».

Актуальность темы обусловлена тем, что управление продажами - это комплексное, многоплановое понятие, к которому, однако, еще не сформировалось общепринятого подхода и значимость которого возрастает в условиях снижения покупательской возможности населения. Некоторые специалисты рассматривают его как вопрос управления, и прежде всего людьми, которые занимаются продажами (включая подбор персонала, его мотивацию, обучение). Другие считают, что управление продажами - это в первую очередь управление сбытом. Довольно много внимания уделяется необходимости автоматизировать процесс взаимодействия с клиентами, который тоже называют управлением продажами.

Слайд 2

Целью работы является проанализировать систему управления продажами в розничной торговой сети и разработать рекомендации по ее совершенствованию (на примере торговой сети Пятерочка X5 RetailGroup).

Для реализации цели был поставлен и решен ряд **задач**.

Объектом исследования является ООО «Пятерочка» - предприятие розничной сетевой торговли в г. Зеленограде

Предметом исследования являются совокупность отношений, возникающих в процессе управления продажами в розничном торговом предприятии «Пятерочка».

Слайд 3

В ходе работы были рассмотрены теоретические аспекты управления продажами в розничной торговле.

Для достижения цели, во второй главе работы производится анализ системы управления продажами в розничной торговой «ПЯТЕРОЧКА» и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Торговая сеть «Пятерочка» была основана в 1998г. В настоящее время она находится в управлении X5 Retail Group и представляет собой одну из самых крупных российских сетей продуктового рынка.

Состав и структура трудовых ресурсов представлены на слайде.

Слайд 4

За анализируемый период численность персонала возросла на 14 человек или 13,5%. Это произошло за счет роста торгового персонала, в то время как численность служащих и руководителей осталась неизменной.

Представим основные технико-экономические показатели деятельности исследуемого магазина за 2014-2016 года.

Данные таблицы свидетельствуют об улучшении деятельности предприятия в 2016 г. по сравнению с 2014г. Объем реализации увеличился на 48,14%. Численность сократилась на 2%. Производительность труда увеличилась на 62,4%, в то время как средний уровень оплаты труда увеличился на 25,9%. Важнейшей частью предприятия являются активы, характеризующие его производственные мощности. К ним относятся основные средства. Фондоотдача увеличилась на 16,36%. Так как темп снижения себестоимости выше темпа снижения объема продаж, то валовая прибыль имеет тенденцию к увеличению на 28,1%. Чистая прибыль увеличилась из-за превышения

операционных расходов над доходами. Одним из показателей, характеризующим эффективность, является рентабельность. И, как мы видим из данных таблицы, темпы роста данного показателя снизились.

Слайд 5

В ходе работы был проведен анализ управления продажами в сети «Пятерочка»(на примере магазина розничной торговой сети в городе Зеленоград).

Во - первых, был преобразован логотип сети и создан новый слоган. Теперь он представлен фразой «Есть чем удивить!». Его вид представлен на слайде.

Во - вторых, было увеличено количество магазинов сети. В течение третьего квартала было реконструировано 265 магазинов «Пятерочка», что привело к росту продаж в сети. Данные представлены на слайде.

Слайд 6

Восприятие магазина начинается с оформления его входной зоны. Учитывая анализ оформления магазина и устройства входной зоны, можно выделить следующие плюсы и минусы, представленные на слайде.

Как видно из таблицы, количество минусов превышает количество положительных моментов в оформлении входной зоны, что может отрицательно отразиться на посещаемости данного торгового предприятия.

Слайд 7

Главным элементом анализа в системе управления продажами является товарный ассортимент. В последние годы Х5 провела значительную работу по наращиванию ассортимента, что позволило компании увеличить свою конкурентоспособность и привлекать покупателей не только низкой ценой, но и широким ассортиментом. Динамика развития ассортимента представлена на слайде.

Из таблицы видно, что в 2014 - 2015 гг. прирост достигает 500 товарных позиций, что составляет 15 % . Также по данным годового отчета сети за 2015 г., в магазинах крупного формата их количество равно 5 300 новых товаров.

Слайд 8

Также в данной работе был проведен анализ управления ассортиментом исследуемого магазина, расположенного в городе Зеленограде.

В ходе исследования текущего состояния дел по управлению продажами было выявлено, что наибольший удельный вес в структуре ассортимента занимают продовольственные товары (57%) насчитывающие 171 товарную группу. Базовые показатели при этом составляют 144 товарные группы и удельный вес 53%.

Слайд 9

В 2016 году крупные сети выросли еще больше, лидеры розничного рынка выходили на новые рынки, поглощая более мелких ритейлеров. В структуре форматов розничной торговли в 2016 году на долю традиционной торговли приходилось 28%, на долю ТОП 7 ритейлеров - 22,5%, на прочую сетевую розницу - 26%, несетевая современная розница занимала 16,5%, и на рынки приходилось всего лишь 7%.

Основными конкурентами магазинов «Пятерочка» являются: сеть магазинов «Магнит», «Ашан», «Метро», «Дикси» и др.

Слайд 10

В ходе работы был проведен SWOT-анализ для сети Пятерочка «X5 Retail Group»

На основании SWOT-анализа были выбраны три стратегические альтернативы для компании Х5, которые будут реализовываться магазинами сети (в том числе и исследуемом в работе).

1. Стратегия усиление позиций на рынке;
2. Стратегия развития рынка (выход в новые регионы) ;
3. Развитие продукта

Таким образом, из указанных стратегических альтернатив развития Х5, для магазина «Пятерочка» наибольшее значение и актуальность имеет стратегия усиления позиций на рынке. Как уже отмечалось выше, совершенствование системы продаж в магазине с использованием таких методов как мерчендайзинг и категорийный менеджмент позволит при минимальных затратах увеличить товарооборот до 15-30% (исходя из данных исследований, неоднократно проводимых консалтинговой компанией Нильсен, по эффективности мер рационализации размещения и оптимизации выкладки товаров в торговом зале).

Слайд 11

На основе проведенного анализа в системе управления продажами магазине «Пятерочка» было выявлено существенное количество недостатков, устранение которых будет способствовать повышению товарооборота и удовлетворенности покупателей.

В целях обеспечения удобства покупателя необходимо при входе повесить план-схему отделов и отобразить на ней размещение основных товарных категорий.

Необходима проработка траекторий движения покупателей для правильного пространственного расположения товарных категорий в торговом зале.

Проанализировав распределение торговой площади между товарными категориями и планировку магазина «Пятерочка» можно выделить следующие плюсы и минусы, представленные на слайде.

Слайд 12

для качественного обслуживания покупателей магазину не хватает квалифицированного персонала, а соответственно необходимо инвестировать средства в найм и обучение сотрудников. Что руководству предпринимать экономически невыгодно, поскольку в торговле наблюдается высокая текучесть кадров (более 25% в год).

Также стоит обратить внимание на соблюдение сроков годности, т.к. в последнее время количество просроченного товара в зале увеличилось, что свидетельствует о том, что продавцы не выполняют свои обязанности. Чтобы не было таких проблем в будущем, необходимо четко контролировать работу персонала дежурному администратору.

Динамика среднего чека и количества покупок ежемесячно за 2 квартал 2016 г., % представлены на слайде.

Как видно из представленных таблиц, динамика среднего чека оставляет желать лучшего, количество покупок в чеке не растет, а это означает, что сеть не использует в полной мере принципы мерчендайзинга.

Слайд 13

Существенное влияние на динамику товарооборота оказывает применение категорийного менеджмента. Рекомендуется внедрить эту практику в магазинах сети. В рамках пилотного проекта автором был проведен анализ выкладки категории «Детское питание» и осуществлена ее оптимизация в соответствии с правилами категорийного менеджмента. Рекомендуется распространить данную практику на остальные категории продуктов.

Расчет затрат на реализацию проекта по категорийному менеджменту представлен

на слайде.

Таким образом, реализация данных рекомендаций позволит, во- первых, повысить число продаж товаров каждой категории и увеличить выручку.

Во - вторых, рекомендации помогут поднять уровень сплоченности коллектива и увеличить мотивацию к повышению компетенции и этики сотрудников.

Слайд 14

На основе выявленных проблем, предлагаем провести мероприятия по стимулированию сбыта скоропортящихся продуктов категории «фреш». Например, рекомендуем периодически, по мере необходимости, проводить акцию «Товар дня». Для реализации первой рекомендации затраты на нужные материалы составят 2160 руб. Учитывая, что в среднем стоимость одного продукта из категории «фреш», который подвержен простоя, составляет 55 рублей, и принимая во внимание тот факт, что в среднем в магазине простоя «подвергаются» 15 видов продукции, то выручка от реализации подобных товаров увеличится в среднем на 825 рублей (55 руб.*15).

Таким образом, реализация данных рекомендаций позволит повысить число продаж товаров категории «фреш» и увеличить выручку.

На розничном торговом ООО «Пятерочка» № 121 г. Зеленоград также предлагаем следующие мероприятия по совершенствованию мерчендайзинга, представленные на слайде.

Реализация рекомендаций будет способствовать повышению конкурентоспособности компании на рынке в изменяющихся условиях, а предложенные мероприятия позволят усилить их эффект. Все это будет способствовать сохранению лидерских позиций компании в своей сфере деятельности.

Слайд 15

Так как современной компании в процессе своего существования необходимо отслеживать процесс изменений, уточнять, идут ли изменения по намеченному плану и достигают ли своих целей, то для этого организация постоянно изучает эффективность управления данными изменениями.

Следует особо выделить тот факт, что «Пятерочка» в целом пересмотрела свою стратегию. С 2015 г. в ее основе находится потребитель и его запросы. Так как, приходя в магазин, покупатель стремится найти свежую продукцию, то сеть начала внедрять продукцию товаров категории «фреш».

Представленные данные дают возможность сделать вывод о том, что разработанная менеджерами уникальная мультимедийная бизнес- модель достигла поставленных целей.

Следовательно, управление изменениями сети осуществляется на высоком уровне, его можно считать эффективным.

Таким образом, реализация организационных изменений способствует повышению конкурентоспособности компании на рынке в изменяющихся условиях, а предложенные рекомендации позволят усилить их эффект. Все это будет способствовать сохранению лидерских позиций в своей сфере деятельности.

Таким образом, Цель работы - совершенствование процессов управления персоналом – достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.