

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование процесса оказания услуг
на предприятиях розничной торговли (на примере
магазина «Продукты» ИП Котенко)
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки _5_курса_551_группы

Направления(специальности) 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Жуковой Валерии Ивановны

Научный руководитель:

доцент, к.э.н., доцент

должность, учебная степень, уч. звание

подпись, дата

С.Е. Каменева

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность, учебная степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2019

ВВЕДЕНИЕ

Выбранная тема выпускной квалификационной работы является актуальной, так как в условиях жестокой конкурентной борьбы среди многих предприятий розничной торговли на рынке важным направлением является разработка мероприятий по продвижению услуг, что способствует не только росту спроса на услуги, но и на формирование постоянных клиентов.

Розничная торговля является одной из важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность, которой влияют на уровень жизни населения и на развитие производства потребительских товаров. Значительные перемены в экономической и политической жизни страны, произошедшие в течение последних лет, повлекли за собой существенные изменения в характеристике и условиях функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе и в розничной торговле.

В розничной торговле, также как ни в одной другой отрасли хозяйственной системе сложилась богатая конкурентоспособная среда. Предпринимательская и инвестиционная энергичность в данной сфере исключительно самая высокая.

Формирование рыночных взаимоотношений увеличивает ответственность и независимость предприятий в выработке и принятии управленческих решений по обеспечению эффективной работы.

Розничная торговля так прочно вошла в нашу жизнь, что мы ее уже не замечаем, а принимаем как должное. Будучи покупателями, мы не задумываемся о том, какие нелегкие решения принимают руководители торговых предприятий, какие технологии используют, чтобы порекомендовать нам с вами продукты и услуги.

Сейчас для завоевания лидирующей позиций на рынке необходимо донести до потребителя все выгоды от использования товаров и услуг.

Организации сервисного обслуживания потребителей и его постоянное совершенствование в современных условиях позволяет предприятиям

торговли получать весомые конкурентные преимущества, увеличивать выручку от реализации товара, развивать свою хозяйственную деятельность.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение совершенствования процесса оказания услуг на предприятии розничной торговли.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоритические аспекты исследования процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли;
- изучить характеристику услуг предприятия розничной торговли;
- изучить организацию сервисных услуг в розничной торговле.

Эмпирическая база выпускной квалификационной работы включает в себя следующие методы:

- анализ технологического оборудования и сервисных услуг предприятия розничной торговли;
- анализ торгово-технологического процесса в магазине.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе «Теоретические аспекты исследования процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли» рассматривается классификация и характеристика услуг предприятия розничной продажи. Во второй главе «Особенности торгово-технологического процесса и торговых услуг в магазине «ПРОДУКТЫ» предоставлена характеристика и анализ технологического оборудования и процесса оказания услуг. В третьей главе «Основные направления совершенствования процесса оказания услуг в розничной торговле (на примере магазина «ПРОДУКТЫ»)» оценены и предложены мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг в розничной торговле.

В написании выпускной квалификационной работе помогли такие литературные источники, как: Пикалов М., Оленникова, О.В., Литвинова М., Леви М., Вейтц Б.А., Дубровин И.А., Л.А. Брагин, И.Б. Струкалова, С.С. Шипилова и др.

Выпускная квалификационная работа носит прикладной характер, так как представленные исследования могут послужить для предприятия «ИП Котенко» основой для развития деятельности в сфере оказания услуг в розничной торговле.

Бакалаврская работа выполнена на 47 страницах и включает в себя 4 таблицы, 3 рисунка, 21 использованных источников, 4 приложения.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Структура розничных торговых предприятий существенно различаются между собой по многим критериям, такие как количественные и качественные показатели, что определяет их классификацию.

Предприятия розничной торговли могут быть размещены в отдельно стоящих зданиях, на первых этаж встроенных пристроек, жилых либо нежилых зданий, на территории торговых центров или комплексах.

Предприятия торговой деятельности подразделяют на классификационные категории в зависимости от разных показателей, например:

1. по формам собственности (например, государственные, муниципальные или частные);
2. по видам торговли (предприятия оптовой (мелкооптовой) торговли, предприятия розничной торговли);
3. по специализации торговой деятельности (например, со смешанным ассортиментом, специализированные или универсальные);
4. по способу организации торговой деятельности (например, фирменные, сетевая сеть);
5. по виду торгового объекта (стационарные, нестационарные);

6. по формам торгового обслуживания покупателей (например, магазины с полным самообслуживаем или частичным, магазины с индивидуальным обслуживаем, такие как через прилавок, магазины с обслуживаем по предварительным заказам или по образцам по каталогам);
7. по типам предприятий торговли ((например, гипермакет или супермаркет, магазин – склад, центр оптовой и мелкооптовой торговли, магазины «Мясо», «Рыба» и т.п., магазин–салон, павильон «Продукты»);
8. по условиям реализации товаров;

Предприятие торговли должно иметь вывеску с указанием фирменного наименования организации, режима работы, местонахождения, юридического адреса

Предприятия розничной торговли должны быть обустроены комфортными подъездами способами и пешеходной зоной, также должны иметь справочно-информационные указатели. Территория, которая прилегает к предприятию должна быть благоустроена и освещена в темное время суток.

Компании оптовой торговли обязаны иметь развитую автотранспортную инфраструктуру и комфортные площадки для остановок, парковки грузовой техники.

Все компании торговли обязаны обладать погрузочно-разгрузочные площадки либо пандусы для разгрузки автомобильного транспорта.

Предприятия розничной торговли обязаны доводить до сведения клиентов в приятной и легкодоступной форме необходимую информацию о оказываемых услугах и продаваемых товарах, обеспечивающих вероятность их выбора.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе «Теоретические аспекты

исследования процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли» рассматривается классификация и характеристика услуг предприятия розничной продажи. Во второй главе «Особенности торгово-технологического процесса и торговых услуг в магазине «ПРОДУКТЫ» предоставлена характеристика и анализ технологического оборудования и процесса оказания услуг. В третьей главе «Основные направления совершенствования процесса оказания услуг в розничной торговле (на примере магазина «ПРОДУКТЫ») оценены и предложены мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг в розничной торговле. Выпускная квалификационная работа носит прикладной характер, так как представленные исследования могут послужить для предприятия «ИП Котенко» основой для развития деятельности в сфере оказания услуг в розничной торговле.

Предприятие ИП Котенко было основано 1 сентября 2015 года. Владелец является Котенко Максим Владимирович, начал свою деятельность с момента получения Свидетельства государственной регистрации юридического лица в соответствии с законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Предприятие создано для удовлетворения потребностей населения в продуктах питания и оказания сервис услуг.

Для организации ИП Котенко было арендовано несколько нежилых помещений. Комфортное помещение для работы с клиентами и с самим товаром. Имеется специальное отведенное место для разгрузки товара со стороны подсобного помещений розничного торгового предприятия, парковка для клиента. Целью данного предприятия ИП Котенко М.В. является максимизировать прибыль и удовлетворить спрос потребителей в товарах и услугах. Деятельность предприятия ИП Котенко М.В. ориентирована не только на жителей города Саратова, но также на людей, проживающих в городе Энгельс, в Марковском районе.

Ассортимент товаров в магазине с торговой площадью 167 м² насчитывает около 5900 наименований. Скоропортящиеся товары составляют 53%, бакалейные и напитки - 42%, непродовольственные товары - 5%. Наглядно данные представлены на диаграмме, рисунок 1. Режим работы магазина с 8 до 22 часов.

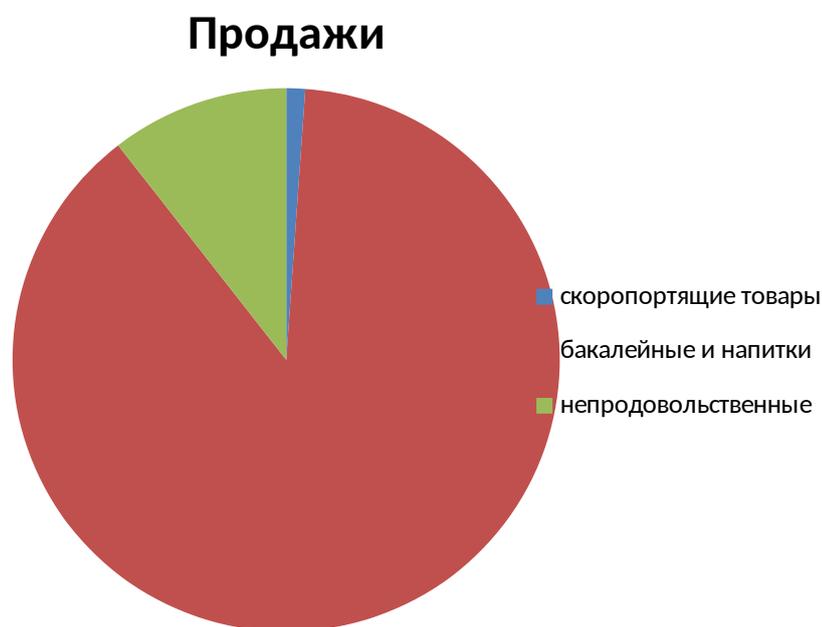


Рисунок 1 – Ассортимент магазина

В практической части выпускной квалификационной работы был представлен анализ торгово-технологического процесса в магазине.

Услуга розничной торговли — это результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

Огромную роль в торгово – технологическом процессе играют платные операции. Их свойство и качество исполнения сказываются на ширину и глубину выбора предлагаемых продуктов, исправность торговли ими и в целом на качество обслуживания. К количеству таковых операций относят:

1. Операции с товарами до предложения их покупателям;
2. Операции непосредственного обслуживания покупателей;

3. Дополнительные операции по обслуживанию покупателей;

Наиболее важную часть торгово–технологического процесса в магазине «ПРОДУКТЫ» составляют операции непосредственно – обслуживание покупателей, к которым относятся:

1. Встреча покупателя;
2. Предложение или консультация по товару;
3. Отбор товаров покупателями;
4. Расчет за выбранный товар;
5. Оказание покупателям дополнительных услуг;

В магазине предоставлены все условия для свободного ознакомления клиента с предлагаемым ассортиментом продуктов, для комфортного выбора им продуктов.

Список услуг, оказываемых предприятием торговли, формируются в соответствии со специализацией предприятия розничной торговли и ассортиментом товара, местонахождение магазина.

Реализация товара в магазине включает:

1. Продажа товара в супермаркетах, в специализированных или неспециализированных, продовольственных и непродовольственных магазинах;
2. Продажа товара в магазинах другого типа («Мясо», «Зоомагазин», «Книги» и др.);

Реализация товара вне магазина включает:

1. Через торговые автоматы;
2. Через почтовую торговлю;
3. В мелкорозничной сети (палатках, автоприцепах, автолавках и т.д.);
4. Через интернет-магазины и телемагазины;

Наравне с выше перечисленными услугами для покупателя, в магазинах могут предоставляться дополнительные услуги, например: обмен валют, услуги банкоматов, ксерокопирование и тд.

Еще одну часть торгово–технологического процесса включает разнообразие услуг, которые связаны с приобретением товара. Торгово – технологический процесс в магазине должен строиться на основе следующих основных принципов:

- обеспечение комплексного подхода к его построению;
- создание максимальных удобств для покупателей;
- достижение наиболее рационального использования помещений и торгово – технологического оборудования магазина;
- создание для работников магазина благоприятных условий труда и отдыха, обеспечивающих высокую культуру и производительность труда;
- обеспечение необходимой экономической эффективности работы магазина;

В заключительной главе выпускной квалификационной работе были рассмотрены мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг в розничной торговле, для достижения эффективности обслуживания магазина «ПРОДУКТЫ» необходимо постоянно изучать покупательский спрос, что поможет правильно и качественно организовывать обслуживание покупателей. Для создания более комфортных условий для покупателей в перспективе магазин планирует расширяться и использовать более прогрессивный и уже привычный метод продажи – самообслуживание.

Базовыми стратегиями гарантии долгосрочной доходности считаются: ориентация на клиента — удовлетворение его индивидуальных потребностей, их согласование со стадиями жизненного цикла и интеграция во все возможные точки взаимодействия с ним, инновации — правильные клиенты и правильные каналы с инновационными продуктами и сервисом, быстрота — реагировать на потребности клиентов в продукте, сервисе, информации и др. Составные компоненты таких стратегий основаны на клиентской аналитике и эффективной работе с клиентами: создание сегментов покупателей, качество данных, дифференциация уровня сервиса. Эксперты советуют в целях экономической целесообразности разрабатывать конкретные мероприятия по реализации стратегии не для индивидуальных

клиентов, а для их определенных сегментов. Поэтому центральным компонентом стратегии является образование сегментов покупателей — группировка клиентов по их потребностям и фазам жизненного цикла как базис для управления клиентской аналитикой (особенно мероприятиями по маркетингу, сбыту и сервису клиентов).

Для повышения качества торгового обслуживания необходимы дополнительные денежные средства, то есть прибыль. Для реализации новых товаров, которые еще не известны покупателям, необходимо организовать рекламу, с помощью которой будет предоставлена необходимая информация о товаре и стимулировать покупку. Необязательно, что реклама будет по радио, телевидению или в газетах, она может быть непосредственно в самом магазине.

В практической части было определено, что для повышения эффективности процесса обслуживания покупателей магазину «Продукты» необходимо постоянно изучать покупательский спрос, что поможет правильно и качественно организовать обслуживание покупателей.

Для создания более комфортных условий для покупателей в перспективе в магазине «Продукты» прогрессивный метод продажи, т.е. самообслуживание, т.к. площадь торгового зала позволяет внедрить метод самообслуживания, и все необходимое оборудование в магазине «Продукты» имеется. Приняв решение о переходе в магазине «Продукты» на метод самообслуживания необходимо разработать программу стимулирования продаж в магазине «Продукты». Дирекции магазина предстоит принять решение об общей сумме ассигнований по основным составляющим программы стимулирования.

Заключение

В бакалаврской работе выполнена цель – предложены мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли.

Подводя итоги исследования деятельности ИП Котенко магазина «Продукты» в течение периода с 2015 по 2018 год, можно сделать вывод, что данное предприятие показало высокую эффективность работы. Комплексные показатели демонстрируют у предприятия тенденции к росту и развитию.

Торговое обслуживание обеспечивает торговому предприятию социальный и экономический эффект, т.е. социальный эффект проявляется в завоевании большого количества покупателей и качественном удовлетворении спроса, а экономический эффект заключается в максимальной прибыли предприятия, которая характеризует эффективное обеспечение покупателей лучшими товарами для удовлетворения их потребностей.

Проанализировав уровень торгового обслуживания в магазине «Продукты», можно с уверенностью сказать, что он достаточно высок, это положительно сказывается на экономических показателях деятельности магазина (т.е. на товарообороте, валовом доходе, прибыли).

Проанализировав работу магазина «Продукты», работу с клиентами и поставщиками. И хотелось бы выразить следующие предложения для рационализации ассортиментной политики магазина, например, расширить ассортимент товаров, осуществлять завоз товара более часто, т.к. как он осуществляется только по мере отсутствия какой либо группы товара, Расширив ассортимент подобным образом, было возможно наиболее полно удовлетворять покупательский спрос. Стабилизировать ассортимент, так как довольно часто бывают ситуации, когда товара определенного наименования нет в наличии в магазине.

Таким образом, предложенные рекомендации направлены на разработку и реализацию стратегии продвижения, которая позволит предприятию развиваться, обеспечит приток гостей, укрепит рыночные позиции предприятия «ИП Котенко» и не только привлечет новых клиентов, но и сделает их постоянными гостями.