

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/294199>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Менеджмент в организации

-

1. Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды. Состояние и перспективы развития розничной торговли.

Розничная торговля – это торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Розничная торговля представляет собой производственную деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования.

Функции розничной торговли:

за счет большого числа предприятий розничной торговли происходит удовлетворение потребности конечного покупателя по месту его жительства или работы. При этом большие объемы поставок от поставщика делятся на мелкие порции товара, соответствующие желаниям и потребностям конечного покупателя;

через розничную торговлю производитель получает информацию о спросе на товар, являясь наиболее чувствительным индикатором регулирования объемов производства;

через розничную торговлю происходит освоение новых рынков и осуществляется продвижение новых товаров;

розничная торговля выполняет рекламные функции товара производителя.

Розничные предприятия выполняют ряд функций, увеличивающих ценность продаваемых ими товаров и услуг:

1. Обеспечение определенного ассортимента товаров и услуг.

2. Дробление поступающих партий товаров.

3. Хранение запасов.

4. Обеспечение сервиса.

Все эти действия составляют от 20 до 50% стоимости продаваемых в розницу товаров. Столь высокий показатель еще раз подчеркивает необходимость понимания деятельности розничных торговых предприятий, важности их роли в современном обществе.

Обеспечение товарного ассортимента. Средний супермаркет предлагает около 15 тыс. наименований товаров от более чем 500 производителей. Предлагая столь широкий ассортимент, торговец предоставляет своим покупателям возможность приобрести товары самых разных марок, фасонов, размеров, расцветок и цен в одном и том же месте. С другой стороны, производители специализируются на изготовлении отдельных типов продуктов. Например, компания Campbell славится консервированными супами, Kraft – молочными продуктами, Kellogg – кукурузными хлопьями. Если бы у каждой из них были собственные магазины, торгующие соответствующими товарами, потребителям пришлось бы немало побегать, прежде чем они смогли бы закупить все необходимые к обеду продукты. Все розничные предприятия предлагают несколько видов продукции, однако каждый из них специализируется на определенном ассортименте. Супермаркеты предлагают широкий выбор продуктов питания, лекарственных препаратов, туалетных принадлежностей и товаров для дома, другие магазины – одежду и аксессуары. Большинство покупателей, прекрасно разбираются в ассортименте, предлагаемом тем или иным розничным предприятием.

Дробление поступающих партий товаров. Чтобы снизить затраты на перевозку, производители, как правило, отправляют розничным предприятиям большие партии товаров в соответствующей упаковке и таре. А розничные предприятия, в свою очередь, предлагают продукты в небольших количествах, соответствующих запросам отдельных потребителей и домохозяйств. В этом и заключается функция дробления поступающих партий товаров.

Хранение запасов. Хранение запасов необходимо для того, чтобы в случае, если потребители захотят приобрести в магазине какой-либо товар из обычно предлагаемого ассортимента, ничто не помешало бы им

осуществить это желание. Благодаря данной функции потребители хранят дома лишь небольшое количество товаров, зная, что их всегда можно приобрести в магазине. Поддерживая определенный объем запасов, розничные предприятия создают дополнительное преимущество для потребителей, так как затраты последних на хранение сокращаются. Если бы потребителям пришлось создавать собственные запасы, они были бы вынуждены вкладывать в них деньги – деньги, которые они имеют возможность использовать каким-либо другим способом.

Обеспечение сервиса. Розничные предприятия предоставляют покупателям услуги, облегчающие процесс покупки и использования товаров (к примеру, они предлагают покупки в кредит, позволяющие иметь товар сегодня, а оплатить его позднее). Торговля демонстрирует имеющиеся у нее товары так, что потребители имеют возможность рассмотреть их, подержать в руках, а зачастую и попробовать в деле еще до того, как они совершат покупку.

Увеличение ценности товаров и услуг. Предлагая определенный товарный ассортимент, разбивая крупные партии продукции на более мелкие, храня запасы и предоставляя услуги, розничные предприятия увеличивают ценность товаров и услуг для покупателей. Например, представьте себе мясную тушу, находящуюся на мясокомбинате. Она вряд ли удовлетворит потребности семьи в мясе, необходимом для ужина. Мать семейства рассчитывает заглянуть после работы в магазин и приобрести там несколько бифштексов. Для того чтобы удовлетворить эту потребность, в супермаркете тушу нарезают на небольшие порции, а затем продают через небольшие магазины, открытые в удобные для покупателей часы. Кроме того, супермаркет помогает потребителям выбрать понравившуюся им часть туши, выставляя мясо на витрине внутри магазина, а его работник подскажет, какой кусок лучше всего подходит, например, для барбекю. В магазине может быть мясник, который отрубит именно ту часть туши, которая показалась покупателю наиболее привлекательной. Наконец, в супермаркете вам предложат и другие продукты – картофель, кукурузу, мороженое – с таким расчетом, чтобы семья имела полный ужин, а не только бифштексы.

Розничная торговля – это последний этап в канале распределения, который включает все предприятия (фирмы) и всех людей, участвующих в процессе физического перемещения товаров и услуг, а также в передаче права собственности на эти товары и услуги от производителя потребителю.

В канале распределения розничные фирмы играют важную роль связующего звена между производителями, оптовыми торговцами и другими поставщиками, с одной стороны, и конечным потребителем – с другой. Многие производители предпочитают выпускать какой-то один основной тип продукта и продавать весь его запас как можно меньшему количеству закупщиков. А конечные потребители предпочитают выбирать из достаточно широкого ассортимента товаров и услуг и покупать их лишь в весьма ограниченных объемах. Именно поэтому розничные торговцы выбирают для себя определенный ассортимент товаров и услуг из различных источников, закупают их в больших количествах, а затем продают их небольшими количествами конечным потребителям. Это называется процессом сортировки потребителей, появляется возможность широкого выбора товаров и услуг. Наличие широкого ассортимента товаров позволяет потребителю совершать все необходимые ему покупки в одном магазине. При этом потребитель может выбрать и купить именно тот вариант продукта, который ему необходим (и в том количестве, которое ему требуется).

Еще одной функцией розничной торговли является передача информации потребителям, производителям и оптовым торговцам (этот процесс также называют коммуникациями).

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/294199>