

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/kursovaya-rabota/436952>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

Введение 3

1 Теоретические основы культуры торговли и основных направлений ее развития 7

1.1 Понятие культуры торговли 7

1.2 Факторы, влияющие на уровень ее развития 9

1.3 Основные направления развития культуры торговли 10

2 Анализ культуры торговли на примере АО «Тандер» 12

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия АО «Тандер» 12

2.2 Анализ культуры торговли в АО «Тандер» 18

2.3 Пути совершенствования культуры торговли в АО «Тандер» 26

Заключение 30

Список используемой литературы 32

1 Теоретические основы культуры торговли и основных направлений ее развития

1.1 Понятие культуры торговли

Торговое обслуживание покупателей – это завершающий этап функционирования торговли, включающий розничную продажу товаров и предоставление дополнительных услуг. Все остальные процессы, такие как коммерческие и технологические, имеют второстепенное значение и направлены на обеспечение высокого уровня культуры торговли. [2, с. 125]

Оценка деятельности торгового предприятия может быть осуществлена по следующим важным составляющим:

1. Культура торговли.

2. Качество обслуживания покупателей.

3. Культура обслуживания покупателей.

Культура торговли – это широкое понятие, охватывающее развитие отрасли, качество товаров и культуру обслуживания покупателей.

Основными элементами культуры торговли являются:

1. Наличие широкого и стабильного ассортимента качественных товаров, отвечающего потребностям различных групп населения.

2. Наличие достаточной розничной торговой сети, использование эффективных размеров магазинов, удобное их расположение в регионе, техническое оснащение предприятий.

3. Применение современных эффективных методов продажи в магазинах, обеспечивающих быстрое и удобное обслуживание покупателей.

4. Предоставление дополнительных услуг покупателям, связанных со спецификой товаров.

5. Организация внутренней и внешней рекламы и информации, способствующих информированности покупателей, формированию спроса и экономии времени покупателей.

6. Культура труда работников магазина, включающая профессиональную квалификацию персонала, высокий этический и эстетический уровень обслуживания.

7. Соблюдение установленных правил торговли и продажи отдельных товаров. [9, с. 158]

Качество торгового обслуживания – это совокупность элементов, определяющих состояние материально-технической базы, использование прогрессивных методов продажи, полноту и стабильность ассортимента, затраты времени на покупку и товарооборот.

Культура обслуживания также включает ряд элементов, характеризующих уровень обслуживания покупателей и состояние торгового зала магазина. К ним относятся устойчивость ассортимента, применение современных форм продажи и дополнительных услуг, время ожидания обслуживания, оценка покупателями культуры обслуживания, санитарное состояние и внешний вид магазина и работников, соблюдение правил торговли и продажи товаров и т.д. [7, с. 84]

Уровень культуры обслуживания магазина определяется через следующие показатели:

1. Коэффициент устойчивости ассортимента.
2. Коэффициент предоставления дополнительных услуг покупателям.
3. Коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания.
4. Коэффициент культуры обслуживания по мнению покупателей.

В зависимости от обобщенного коэффициента, деятельность магазина по организации торгового обслуживания оценивается в следующих категориях:

- Магазины с высоким уровнем культуры торгового обслуживания – 0,901 и выше.
- Магазины со средним уровнем – от 0,701 до 0,900.
- Магазины с низким уровнем – до 0,700.

1.2 Факторы, влияющие на уровень ее развития

Этические и эстетические основы обслуживания представляют собой набор характеристик и условий, определяющих процесс торгового обслуживания с учетом профессионализма и этики персонала.

Основными чертами культуры обслуживания, с точки зрения этики и эстетики, являются вежливость, забота о клиентах, компетентность, доступность персонала, уровень мастерства сотрудников, комфорт и эстетика предоставления услуги, и многие другие. Пришедший в магазин клиент обращает внимание, прежде всего, на внешнюю обстановку помещения, где он планирует совершить покупку.

От внешнего вида вашего магазина в значительной мере зависят результаты вашей торговой деятельности. Соблюдение этических и эстетических принципов культуры обслуживания создаст благоприятное впечатление о вашем магазине и продаваемых в нем товарах.

Важным элементом культуры торговли является метод продажи товаров.

Метод продажи товаров — это набор методов осуществления основных операций по продаже товаров покупателям. [10, с. 47]

В настоящее время существуют различные методы продажи товаров: самообслуживание, продажа товаров по предварительному заказу, продажа товаров по образцам, индивидуальное обслуживание с открытой выкладкой и др.

Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить объем продаж и расширить ассортимент предлагаемых товаров. Функции обслуживающего персонала включают консультирование покупателя, выкладку товаров, контроль за сохранностью товаров и осуществление расчетов. [7, с. 84]

Метод продажи товаров по образцам также является эффективным, особенно для маленьких магазинов, хотя требует дополнительного пространства для организации склада. Экономическая эффективность этого метода достигается за счет централизации хранения товаров, более эффективного использования площадей, сокращения потребности в помещениях для хранения и расширения торговых зон, а также снижения затрат на погрузку-разгрузку и доставку товаров.

Дополнительные услуги также имеют важное значение в культуре торговли. Все услуги, предоставляемые покупателям, можно разделить на три категории: осуществляемые в процессе продажи, послепродажного обслуживания и не связанные непосредственно с продажей конкретных товаров.

Рационализация технологического процесса магазина осуществляется путем широкого использования эффективных методов продажи и обслуживания клиентов, разработки оптимальной планировки, повышения технического оборудования, обеспечения постоянного снабжения товарами, их рационального размещения и выкладки, а также улучшения работы кассовых узлов.

1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»

2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)

3) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2021. — 256 с

4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2020. - 350с.

5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2020. - 500 с.

6) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф.

образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2019. — 336 с.

7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2020. — 177 с.

8) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб. -метод. пособие. – СПб.: Университет ИТМО, 2020. – 97 с

9) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 288 с.

10) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2020. – 108 с.

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/kursovaya-rabota/436952>