

*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://stuservis.ru/kursovaya-rabota/378218>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Коммерция

Введение 3

1 Теоретические основы организации розничной торговли 5

1.1 Потребитель и потребление. Теоретические аспекты процесса продаж 5

1.2. Характеристики форм обслуживания покупателей в розничной торговле 8

1.3. Государственное регулирование розничной торговли 12

1.4. Классификация предприятий розничной торговли 16

1.5. Технология размещения товара 18

1.6. Выкладка товара 22

2 Характеристика торгового предприятия 27

2.1 Краткая характеристика предприятия розничной торговли 27

2.2. Предлагаемый ассортимент 29

2.3 Планировка размещения номенклатурных групп товара в торговом зале 32

2.4 Организация выкладки одного из товаров торговом зале 34

3. Основные экономические показатели организации 37

3.1. Анализ основных экономических показателей 37

3.2 Оценка организации системы обслуживания покупателей в магазине «Modis» 39

3.3 Предложения по оптимизации используемой системы мерчендайзинга в магазине 40

Заключение 43

В современном мире розничная торговля играет ключевую роль в экономическом развитии страны, обеспечивая доступ потребителей к широкому спектру товаров и услуг. Этот сектор экономики постоянно эволюционирует, адаптируясь к изменяющимся потребительским предпочтениям и технологическим новшествам. Организация розничной торговли, включая размещение номенклатурных групп и выкладку товаров в торговом зале, становится важным аспектом успеха для предприятий этой сферы.

Современная розничная торговля является динамичной и конкурентной отраслью, где эффективная стратегия обслуживания покупателей становится ключевым фактором успеха предприятия. В условиях постоянно меняющихся потребительских предпочтений, технологических инноваций и конкуренции на рынке, предприятия розничной торговли вынуждены постоянно анализировать и оптимизировать свои методы обслуживания, а также стратегии предложения товаров.

Данная курсовая работа посвящена исследованию стратегии обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли с последующим анализом и реинжинирингом существующих подходов.

Основной целью данной курсовой работы является не только анализ текущих методов обслуживания покупателей, но и предложение эффективных стратегий и мер по их улучшению в условиях современного рынка розничной торговли.

Объектом исследования данной курсовой работы является отдел сети Modis в торговом центре. Предмет исследования: методы и подходы, применяемые в организации розничной торговли для обслуживания потребителей. Это означает, что работа фокусируется на изучении и практической реализации методов, стратегий и процессов, связанных с организацией торгового пространства, а также созданием удобных и привлекательных условий для покупателей.

В работе будут рассмотрены теоретические основы организации розничной торговли, а также проведен анализ характеристик торгового предприятия, его ассортимента, планировки размещения товаров и экономических показателей.

Структура курсовой предусматривает разделы, посвященные изучению потребителя и теоретическим аспектам процесса продаж, характеристикам форм обслуживания, государственному регулированию розничной торговли, классификации предприятий данной сферы, а также технологиям размещения и выкладки товаров.

Дополнительно, представлен анализ характеристик конкретного торгового предприятия, его ассортимента, планировки и выкладки товаров. В работе также подробно рассмотрены основные экономические

показатели организации, проведен анализ системы обслуживания покупателей с примером магазина "Modis", и предложены конкретные меры по оптимизации системы мерчендайзинга.

Таким образом, данная курсовая работа имеет актуальность как в сфере академической науки, так и для практического применения в бизнесе, исследуя важные аспекты организации розничной торговли, что способствует совершенствованию процессов в этой сфере и обогащению знаний студентов и специалистов в области маркетинга и управления розничным бизнесом.

## 1 Теоретические основы организации розничной торговли

### 1.1 Потребитель и потребление. Теоретические аспекты процесса продаж

Потребитель - это человек или организация, использующие товары и услуги для удовлетворения своих потребностей и желаний. Потребление - это процесс использования товаров или услуг потребителями. Покупательское поведение изучает процессы, которые влияют на принятие решений потребителями при выборе, покупке, использовании и утилизации товаров и услуг. Сегментирование рынка - это процесс деления рынка на группы потребителей с общими характеристиками, чтобы лучше понимать их потребности и предоставлять более эффективные продукты или услуги. Выбор целевого сегмента зависит от множества факторов, включая размер и прибыльность сегмента, конкурентную обстановку, ресурсы компании и степень соответствия продукта потребностям данного сегмента.

Мотивация потребителей - это силы, побуждающие их к определенным действиям, таким как покупка товаров или услуг. Какие факторы могут влиять на мотивацию потребителей? Факторы мотивации включают потребности, желания, ценности, влияние социальной среды, личные характеристики и восприятие ценности продукта или услуги. Маркетологи стремятся понять эти факторы для эффективного воздействия на потребителей.

Торговое обслуживание оказывает прямое воздействие на ключевые экономические показатели предприятия розничной торговли. Это включает в себя объем продаж, прибыльность и, вероятно, клиентскую удовлетворенность, что в совокупности формирует общую конкурентоспособность на рынке.[5]. Некоторые авторы, такие как Н.Н. Аверченко, выделяют системный характер торгового обслуживания, подчеркивая объединение взаимообусловленных элементов, формирующих функциональное единство.

Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 29.07.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: федер. закон от 07.02.1992 №2300-1 ред. от 01.05.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 28.12.2009 №381-ФЗ ред. от 05.12.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. - [Электронный ресурс]. - Взамен ГОСТ Р 51303-99; введ. 01.04.2014. - Москва: Стандартинформ, 2013. - Режим доступа: [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).

ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли [Электронный ресурс]. - Взамен ГОСТ Р 51773-2000; введ. 01.01.2011. - Москва : Стандартинформ, 2010. - Режим доступа: [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).  
Аванесов, Ю. А. Организация торговли: учебное пособие / Ю.А. Аванесов, Т.К. Идрисов, Г.Н. Сапрохин. - Москва: Экономика, 2003. - 311 с.

Аверченко Н.Н. Качество торгового обслуживания: учебное пособие / Н.Н. Аверченко. - Москва : Экономика, 2013. - 172 с.

Александров, Ю. Л. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко, И. В. Петрученя; Краснояр. гос. торг.- экон. ин-т. - Красноярск, 1997. - 211 с.

Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ.ред. Г.Л. Багиева. - 4-е издание. - Санкт-Петербург: Питер, 2012. - 560 с.

Баканов, М. И. Информационные технологии контроля качества функционирования систем обслуживания в

торговле [Электронный ресурс] / М. И. Баканов, В.Г. Степанов // Аудит и финансовый анализ. - 2000. - №4. - Режим доступа: [http://www.cfin.ru/press/afa/2000-4/52\\_bak.shtml](http://www.cfin.ru/press/afa/2000-4/52_bak.shtml).

Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. - Киев: Эльга, 2013. - 784 с.

Виничук, О. Ю. Культура торгового обслуживания: учеб.пособие для студентов специальности 061500 «Маркетинг», 351300 «Коммерция (торговое дело)» вузов региона / О. Ю. Виничук, Л.К. Куприянова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Тихоокеан. гос. экон. ун-т. - Изд. 2-е, перераб. и доп.- Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2009. - 202 с.

Виноградова С.Н. Организация и технология торговли: учебное пособие / С.Н. Виноградова. - Москва : Экономика, 2015. - 357 с.

Губерной, К. М. Социально-экономическая роль торговли и закономерности повышения её эффективности: монография / К.М. Губерной. - Москва: Высшая школа, 2004. - 296 с.

Гуляков, Ю.В. Коммерциология. Организация коммерческой деятельности: учеб.пособие / Ю.В. Гуляков. - Красноярск. Гос. Торг.экон. ин-т., 2009.-366 с.

Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп.- Москва: Дашков и К, 2015. - 512 с.

Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - Изд. 11, перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2014. - 512 с.

Денисова, И. Н. Организация и технология коммерческой деятельности в рисунках, схемах, таблицах: учебное пособие / И. Н. Денисова. - Москва: ИНФРА-М, 2003. - 208 с.

Калугина, С. А. К вопросу о качестве и культуре торгового обслуживания населения / С. А. Калугина, А. А. Макаров, Е. Ю. Депутатова // Социосфера. - 2016. - №2. - С. 19-23.

Карх, Д.А. Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли: автореф. дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / Карх Дмитрий Андреевич - Екатеринбург, 2010. - 36 с.

Кныш М. И. Этика в торговле: учебное пособие / М. И. Кныш. - Москва: Феникс, 2014. - 260 с.

Кондрашов Р.А. Совершенствование организации торговли: учебник / Р.А. Кондрашов. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 216 с.

Куимов, В.В. Многоуровневые кооперационно-сетевые взаимодействия современного бизнеса / В.В. Куимов, П.М. Корчешный // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 8-1(85-1). - С. 435-441.

Куимов В.В. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Куимов — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 537 с. - Режим доступа [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5b7ffabc697747.98312563](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b7ffabc697747.98312563)

Николаева, Т. И. Адаптация торговли к условиям рынка: учебное пособие / Т. И. Николаева. - Екатеринбург: Издательство Урал.государственный университет, 2005.- 150 с.

Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли: учебник для нач. проф. образ.по проф. «Продавец, контролер-кассир» / О. В. Памбухчиянц. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2011. - 288 с.

Панкратов, Ф. Е. Коммерческая деятельность: учебник / Ф. Е. Панкратов, Н. Ф. Солдатов. - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К°, 2012. - 500 с.

Платонов, В. Н. Организация торговли: учебное пособие / В. Н. Платонов. - Минск: БЕЭУ, 2002. - 287 с.

Портер, М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Майкл Портер; - 2-е изд. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 715 с.

Ралык, Д. В. Управление логистическим обслуживанием в розничной торговле: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Ралык Динара Владимировна. - Самара, 2007. - 23 с.

Ромата Е.В. Качество торгового обслуживания: учебник / Е.В. Ромата. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА - М, 2011. - 304 с.

Салиев, Ш.А. Качество и культура торгового обслуживания: эволюция подходов к определению научных понятий / Ш. А. Салиев // Вестник РЭА. - 2008. - № 3. - С. 105-108.

Синяева, И.М. Маркетинг торговли: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк - 4-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 752 с.

Смоленцева, Л. Т. Качество торгового обслуживания покупателей: методические указания / Л. Т. Смоленцева; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск: КГТЭИ, 2008. - 16 с.

Сулова, Ю. Ю. Прибыль предприятия: учеб.пособие / Ю. Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко. - Красноярск: СФУ, 2014. - 120 с.

Чкалова, О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / О. В. Чкалова. - Москва : ФОРУМ. ИНФРА- М, 2013. 384 с.

Шуклина, З. Н. Значение качества в системе обслуживания покупателей / З. Н. Шуклина // Актуальные

направления научных исследований: от теории к практике, 2016. - 25 с.

Юрченков А.С. Культура торговли: учебное пособие / А.С. Юрченков. - Москва: Омега - Л, 2015. - 324 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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/378218>