

Курсова робота на тему:

***«Роль і завдання
комерційної роботи
торгового підприємства
на сучасному етапі»***

*Підготувала
студентка групи К-349
Мусийчук Алла*

Мета курсової роботи
*полягає у дослідженні
комерційної діяльності
роздрібного торговельного
підприємства на сучасному
етапі.*

**Об'єктом дослідження
обрано
ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан»,
м. Миколаїв.**

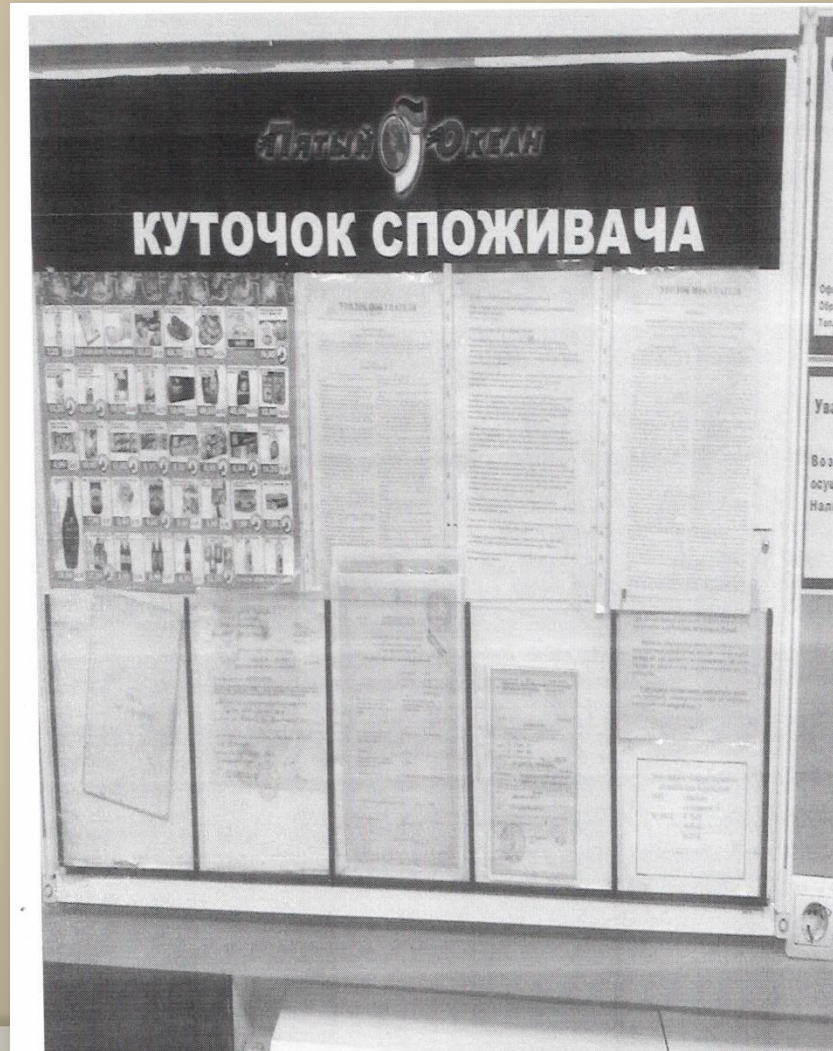
**Товариство з обмеженою
відповідальністю «П'ятий Океан»
знаходиться за адресою - м. Миколаїв,
вул. Космонавтів, 83-а**



ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан» є суб'єктом господарювання, що здійснює торгівельну діяльність, та додержується у своїй діяльності нормативних документів.



Особливо додержується Закону України «Про захист прав споживачів», згідно з яким підприємство має «Куточок споживача»



ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан» є торговельною мережею і відноситься до магазинних форм торговельного обслуговування, а за методом продажу товарів – до магазину самообслуговування, згідно з яким покупці мають вільний доступ до всіх товарів, відкрито викладених на торговельно-технологічному обладнанні в торговельному залі магазину, самостійно їх оглядають, знайомляться і відбирають, оплачуючи купівлі у вузлі розрахунку під час виходу з торгового залу.



Проблема, яку дослідила.

ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан» потрібно підвищити ефективність управління формування асортименту товарів, для цього треба:

Проводити цілеспрямовану асортиментну політику, яка допоможе фірмі визначити конкурентоздатність її товарів на даному продовольчому ринку області, дозволить уникнути значних фінансових, підприємницьких і організаційно-комерційних ризиків. Для цього керівництву фірми потрібно формувати асортиментну політику так, щоб від кожного виду товару отримувати максимальний ефект як в грошовому вираженні, так і в плані задоволення потреб своїх покупців;

✓ підтримувати постійний контакт з потенційними споживачами. З даною метою пропоную управлінському персоналу фірми розробити і використати систему постійного спостереження за навколишнім середовищем і збереженням даних;

✓ розширювати пошук можливих джерел закупки товарів, створювати додаткові джерела для поповнення товарних ресурсів. З цією ціллю фірмі слід здавати в оренду вільні площі складських приміщень, надавати юридичним та фізичним особам послуги консультаційного та транспортного характеру;

Активізувати проведення рекламної діяльності фірми, націленої на інформацію потенційних покупців про якість і властивості товарів, місце торгівлі ними, що особливо стосується реалізації товарів за межами міста. Для підтримання даної пропозиції, пропоную ввести посаду маркетолога, який би постійно організовував і підтримував нові аспекти рекламної діяльності, своєчасно розробляв і надсилав рекламні об'яви, повідомлення в місцеву пресу та телебачення;

✓налагодити на ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан» використання нових форм і методів вивчення попиту. Проводити різноманітні види виставок, купівельні конференції, тестування товарів, анкетування покупців з метою ознайомлення покупців з товарами-новинками фірми, в'яснення думки про них в потенційних покупців;

✓розширити діяльність фірми в межах передбачених статутом.

Висновки та пропозиції:

- Матеріально-технічна база ТОВ ЦТМ «П'ятий Океан» забезпечує безперервну діяльність підприємства, однак окремі ланки торгово-технологічного процесу потребують перебудови у відповідності з вимогами часу.
- Організація господарських зв'язків з постачальниками відповідно до ринкових вимог потребує у фірмі досвіду та використання нових підходів в маркетинговій діяльності. Ретельний вибір постачальників пов'язаний з вивченням споживчих характеристик товарів, цін, ритмічності поставок, надійності фірми.

□ Організація проведення асортиментної політики у фірмі сприяє кращому обслуговуванню покупців, створенню стійкого асортименту, підвищенню відповідальності фірми за постійну наявність в продажі необхідних споживачам товарів.

□ Для раціонального проведення асортиментної політики фірмі необхідно вивчати і прогнозувати попит. Прогнозування умов розвитку фірми дасть змогу вчасно спрогнозувати інфляцію, безробіття, тенденцію до збільшення чи зменшення доходів, перспективи розвитку інвестицій у різні сфери.

□ Фірма підтримує постійний контакт з потенційними споживачами, які дають їй виключно важливу інформацію про зміни в товарній, ціновій і збутовій політиці, дозволяють пристосувати комерційну діяльність до умов зовнішнього середовища, які постійно змінюються.

□ Організація просування і стимулювання збуту товарів дозволяє фірмі з однієї сторони краще пристосуватись до змін зовнішніх умов функціонування, а з другої - справляти необхідний вплив на ці умови з допомогою багаточислених каналів.

**Дякую
за
увагу!**