

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 продажи товаров в розничной торговле
(на примере ООО «Альфа Текстайлз»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 551 группы
направления 43.03.01 Сервис

Института истории и международных отношений

Ермолаевой Алины Ивановны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

Т.В. Темякова

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ. Торговая деятельность в современном мире требует постоянного развития и внедрения экономических изменений и исследований рынка для выявления наилучших путей к эффективной работоспособности предприятий.

На сегодняшний день торговля, в широком смысле слова, - это ниша, которая организует процессы обеспечения народа товарами каждодневного спроса и уникальными позициями. Она регулирует взаимоотношения предложения организаций и спроса потребителей. Роль предпринимателей и людей, которые готовы вложиться в бизнес, связанный с торговлей, очень значим. Для обеспечения улучшения производства в условиях рыночной конкуренции, а также, учитывая динамику развития, следует разработать усовершенствованный технологический процесс доведения товаров до потребителя, который укажет направления эффективного развития предприятий внутри рынка.

Результатом любой коммерческой деятельности является получение прибыли с учетом минимизации затрат, в связи с этим торгово-технологический процесс занимает главные позиции в реализации успешной деятельности предприятий. Торгово-технологический процесс заключается в совокупности мер товародвижения, таких как формирование товарных потоков, начиная с поступления в магазин и заканчивая их реализацией.

Актуальность выбранного направления изучения обусловлена тем, что содержание торгово-технологических операций значимо для деятельности всего торгового предприятия.

Цель бакалаврской работы – на основе изучения теоретических аспектов исследования процесса продажи товаров в розничной торговле проанализировать процесс продажи товаров в деятельности рознично-торгового предприятия ООО «Альфа Текстайлз» и разработать рекомендации по его совершенствованию.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

1. Изучить понятие продажи товаров как заключительного этапа торгово-технологического процесса в ритейле;

2. Рассмотреть особенности организации процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле;
3. Проанализировать роль персонала и методов продаж в реализации товаров рознично-торгового предприятия;
4. Дать характеристику хозяйственной деятельности рознично-торгового предприятия ООО «Альфа Текстайлз»;
5. Выявить особенности процесса продажи как заключительного этапа торгово-технологического процесса ООО «Альфа Текстайлз» на примере магазина «Инканто», г. Саратов;
6. Разработать рекомендации по совершенствованию процесса продаж ООО «Альфа Текстайлз».

Теоретическая основа исследования включает в себя публикации, статьи и работы русских и зарубежных ученых. Покупательская лояльность, стратегические возможности роста и конкурентное преимущество были проанализированы с использованием работы Леви М. и Бартона А. Вейтца¹. В работе Крауса Д. Р.² описаны методы управления продажами, которые позволяют розничным торговым предприятиям значительно повысить эффективность своих операций. Рассмотрены вопросы организации работы с персоналом, внедрения новых технологий и улучшения обслуживания клиентов. В издании Филиппова Л.С.³ рассмотрены теоретические и практические аспекты процесса продажи. Основное внимание уделено искусству общения с клиентами, а также способам повышения клиентской лояльности и мотивации к покупке. Рассмотрены теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности торгового предприятия, доходы и расходы организации, его ресурсы, вопросы планирования деятельности фирмы в условиях рыночных отношений, финансы

¹ Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб: Издательство «Питер», 1999. — 448с.

² Краус Д. Р.: Управление продажами в розничной торговле. — 2005. — 237 с.

³ Симонов В. А. Управление торговым процессом. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 256 с

торгового предприятия в труде А.И. Гребнева, Ю. К. Баженова, О. А. Габриэлян⁴. В статье Заирбекова Б. и Газалиевой Н.И.⁵ подробно рассмотрен торгово-технологический процесс в магазине и пути его совершенствования. Анализ роли торгового сервиса в конкурентной среде и методов его оценки, направленных на улучшение качества обслуживания клиентов и повышение лояльности покупателей, продемонстрировал в статье Б.М. Беккулиев⁶. Степановым Е. Н.⁷ было проведено описание актуальных тенденций в организации продаж в розничной торговле с акцентом на новые стратегии и подходы, направленные на улучшение конкурентоспособности. В статье Кулакова М.И.⁸ рассматриваются основные подходы к определению сущности понятия продаж и управления ими, рассмотрены этапы анализа объема продаж, а также представлены методы оценки эффективности управления продажами в современной компании.

⁴ Гребнев А.И. Ю. К. Баженов, О. А. Габриэлян: Экономика торгового предприятия, 1997 - 237с.

⁵ Заирбеков Б., Газалиева Н. И. Совершенствование торгово-технологического процесса в магазине // Вопросы структуризации экономики. 2010. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-torgovo-tehnologicheskogo-protssesa-vmagazine> (дата обращения: 25.12.2024) - Загл. с экрана. -Яз. рус.

⁶ Б.М. Беккулиев. Роль и оценка торгового сервиса в современных условиях [Электронный ресурс]:[сайт].-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-otsenka-torgovogo-servisa-v-sovremennyh-usloviyah> (Дата обращения 02.05.2025) - Загл. с экрана. -Яз. рус.

⁷ Степанов. Е.Н. Организация продаж в розничной торговле: современные тенденции [Электронный ресурс]:[сайт].-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-prodazh-v-rozничnoy-torgovle-sovremennye-tendentsii> (Дата обращения 02.05.2025) - Загл. с экрана. -Яз. рус.

⁸ Кулаков М.И. Особенности организации управления продажами современных предприятий [Электронный ресурс]:[сайт].-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-prodazh-v-rozничnoy-torgovle-sovremennye-tendentsii> (Дата обращения 02.05.2025) - Загл. с экрана. -Яз. рус.

Методологическая основа исследования – совокупность научных приемов и методов исследования, включающая методы анализа и синтеза, сравнительный, описательный, формально-логический и другие методы.

Новизна настоящего исследования заключается в акценте на специфике заключительного этапа торгово-технологического процесса – продажи, как ключевого фактора, определяющего уровень прибыльности и конкурентоспособности предприятия. В работе разработаны конкретные предложения по его совершенствованию на основе анализа практического опыта конкретной организации – ООО «Альфа-Текстайлз», что позволяет получить прикладные выводы и оценить эффективность различных методов продаж в условиях розничного ритейла.

Практическая значимость работы определяется возможностью применения разработанных рекомендаций в деятельности розничных предприятий с целью повышения эффективности процесса продажи товаров. Выводы, сделанные в ходе исследования, могут быть использованы в практике управления торговыми точками для оптимизации взаимодействия с покупателями, повышения уровня обслуживания, улучшения показателей продаж и роста лояльности клиентов. Кроме того, предложенные меры обладают универсальностью и могут быть адаптированы под различные форматы розничной торговли.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

Основное содержание первой главы выстраивается из глубокого анализа теоретических данных выбранной темы, акценты направлены на изучение содержания торгово-технологического процесса. Вторая глава характеризуется как практико-исследовательская, внимание уделено рассмотрению политики торгово-технологического процесса и организации процесса продажи в ООО «Альфа-Текстайлз», а также обнаружению недостатков и поиску путей их устранения при построении и реализации процесса продажи в объекте исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Объектом исследования данной работы является коммерческая деятельность на примере ООО «Альфа Текстайлз», которая является дистрибьютором продукции бренда Incanto и охватывает широкую сеть магазинов.

Компания занимается продажей нижнего белья и имеет линейно-функциональный тип организационной структуры. Организация обладает рядом сильных сторон, включая широкий ассортимент, высокое качество продукции и развитую сеть магазинов, что способствует её конкурентоспособности на рынке. Однако существуют и слабые стороны, такие как ограниченный ассортимент в отдельных магазинах, небольшая торговая площадь у точек реализации и недостаточный маркетинговый бюджет, что может негативно сказываться на продажах и привлечении клиентов.

В то же время у компании есть перспективные возможности для роста, включая расширение ассортимента, развитие онлайн-продаж и внедрение программ лояльности, что позволит увеличить клиентскую базу и доходы. Однако необходимо учитывать и возможные угрозы, такие как экономическая нестабильность, усиление конкуренции со стороны онлайн-ритейлеров и изменения в законодательных и гигиенических требованиях, которые могут повлиять на бизнес-стратегию компании.

ООО «Альфа-Текстайлз» продемонстрировала стабильный рост выручки на протяжении 2022-2024 гг., однако темпы прироста по сравнению с первыми годами начали замедляться. Это может быть связано с насыщением рынка или необходимостью пересмотра стратегии компании. Несмотря на снижение темпов роста в 2024 году, компания сохраняет конкурентоспособность, что позволяет ей оставаться на плаву в условиях конкуренции.

Предприятие демонстрирует тенденцию к укреплению инвестиционной составляющей баланса за счёт роста внеоборотных активов, особенно финансовых вложений. Компания активно использует долгосрочные заемные ресурсы для финансирования инвестиций, одновременно снижая долю краткосрочных обязательств. Увеличение собственного капитала, особенно

нераспределенной прибыли, говорит о росте рентабельности и усилении финансовой устойчивости. Однако снижение доли денежных средств и рост долговой нагрузки требуют более тщательного контроля за ликвидностью и долговыми рисками. В целом, структура баланса отражает стратегию роста и инвестиций, но требует сбалансированного управления обязательствами и ликвидностью.

Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Альфа-Текстайлз» за 2022–2024 годы показывает существенные изменения в структуре активов и пассивов. Внеоборотные активы увеличились почти в четыре раза за счёт значительного роста долгосрочных финансовых вложений, которые в 2022 году отсутствовали, а к 2024 году составили более 5,7 млн руб. Одновременно произошло сокращение основных средств на 30,25%, что может быть связано с их частичным выбытием или снижением инвестиционной активности в данном направлении. Оборотные активы в целом снизились на 4,9%, главным образом из-за значительного уменьшения денежных средств — на 77,93%. При этом наблюдается рост запасов и дебиторской задолженности, что может указывать на увеличение объемов закупок и реализацию продукции с отсрочкой платежа. В пассиве отчётливо прослеживается рост собственного капитала — на 95,42%, в основном за счёт увеличения нераспределенной прибыли, что свидетельствует о хорошей финансовой результативности компании. Существенно увеличилась и долговая нагрузка: долгосрочные обязательства выросли более чем вдвое, в том числе заемные средства почти на 194%. В то же время краткосрочные обязательства увеличились на 2,77%, что отражает частичную переориентацию долговой политики в сторону долгосрочного финансирования. Общий итог баланса за период изменился значительно — рост составил 48,4%, его структура демонстрирует стратегическое перераспределение ресурсов компании в пользу долгосрочных вложений и усиление инвестиционной направленности деятельности.

Анализируя торгово-заключительный процесс в данной организации, можно сделать вывод о том, что организация имеет сильные стороны в

обслуживании и качестве товаров, однако существует потребность в оптимизации скорости обслуживания и обратной связи со стороны руководства. Реализация соответствующих мероприятий по улучшению этого аспекта может значительно улучшить клиентский опыт и увеличить конкурентоспособность магазина на рынке. Сотрудники оценивают текущие условия работы как достаточно хорошие, существует ряд аспектов, которые требуют улучшения. Реализация предложенных мероприятий может способствовать улучшению процессов работы, повышению удовлетворенности сотрудников и общей производительности организации.

Наиболее острыми проблемами остаются резкий рост издержек на сбыт, отрицательная прибыль от продаж и снижение эффективности использования капитала. Резкий рост издержек на сбыт приводит к увеличению затрат на логистику, рекламу и другие элементы, что снижает общую финансовую устойчивость компании. Отрицательная прибыль от продаж указывает на проблемы с маржинальностью продукции, неэффективным ценообразованием или высокими операционными расходами, которые не компенсируются доходами от продаж. Снижение эффективности использования капитала говорит о том, что компания не может эффективно использовать свои ресурсы для получения прибыли.

В рамках исследования были разработаны конкретные рекомендации по совершенствованию процесса продаж, направленные на устранение выявленных недостатков и повышение эффективности работы:

- снижение коммерческих расходов и переход на Digital-маркетинг;
- снижение дебиторской задолженности и рост повторных продаж;
- улучшение внутренней коммуникации;
- повышение уровня знаний персонала;
- улучшение визуального мерчандайзинга и клиентского потока.

Предложенные решения обладают рядом преимуществ, включая высокую эффективность, минимальные сроки окупаемости и относительно невысокие инвестиции, что позволяет быстро внедрить изменения и получить

положительный эффект без значительных затрат. Рекомендация заключается в поэтапной реализации всех шести инициатив, начиная с самых быстровозвратных, таких как управление дебиторской задолженностью с акцентом на цифровизацию и повышение прибыльности через точечную оптимизацию процессов.

ООО «Альфа-Текстайлз» необходимо обеспечить устойчивый рост, оптимизируя ключевые бизнес-процессы. Хотя компания демонстрирует рост выручки, снижение прибыли и увеличение коммерческих расходов указывают на необходимость пересмотра системы продаж и управления затратами.

Выявленные проблемы, такие как замедленные процессы из-за ручной работы, слабая коммуникация, отсутствие стандартизации и ограниченная автоматизация, влияют на эффективность работы компании и финансовые результаты. Однако сильные стороны, такие как качественная продукция и высокий уровень обслуживания клиентов, позволяют создать основу для улучшений.

Итоговые расчёты показывают, что суммарные однократные затраты на внедрение всех предложенных мероприятий составляют 2 580 000 рублей, а ежемесячные затраты — 270 000 рублей, что даёт годовые затраты в размере 5 820 000 рублей. При этом суммарный ожидаемый эффект от реализации всех инициатив оценивается в 2 545 350 500 рублей в год.

Чистый экономический эффект, то есть разница между ожидаемыми выгодами и общими затратами, составляет 2 539 530 500 рублей в год. Благодаря высокой эффективности мероприятий и минимальному объёму вложений, срок их окупаемости составляет менее одного дня — всего 0,84 дня.

Также было рассчитано, что доля всех затрат в общей выручке компании за 2024 год составляет лишь 0,05%, а в чистой прибыли — 2,10%, что свидетельствует о крайне низкой нагрузке на финансовые показатели компании при существенном экономическом выигрыше. Эти данные подтверждают высокую рентабельность предлагаемых мероприятий и целесообразность их поэтапного внедрения.

Внедрение этих мер позволит не только устранить текущие проблемы, но и улучшить конкурентоспособность, повысить производительность и качество обслуживания, что, в свою очередь, приведет к росту прибыли и финансовой стабильности компании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Продажа товаров в розничной торговле представляет собой неотъемлемую часть экономической системы и выступает в качестве завершающего и определяющего этапа торгово-технологического процесса. Эффективность этого этапа напрямую влияет на финансовые показатели предприятия, формирование устойчивого клиентского спроса, уровень конкурентоспособности и имидж организации. В современных условиях розничной торговли, характеризующихся высокой конкуренцией, изменчивостью потребительского поведения и активным внедрением цифровых технологий, особенно актуальным становится вопрос оптимизации и совершенствования процессов продаж.

Теоретическая проработка темы позволила глубоко рассмотреть сущность и структуру процесса продажи, выявить его многоуровневую природу. Продажа включает не только физическую передачу товара покупателю, но и целую систему действий: от приёма и подготовки товара до формирования покупательского опыта, постпродажного сопровождения и возвратов. Эффективность продаж зависит от множества факторов, среди которых можно выделить организацию торгового пространства, ассортиментную политику, уровень обслуживания, качество коммуникации с покупателями, работу персонала и используемые методы стимулирования спроса.

В работе подробно исследовались формы продаж, применяемые в рознице: от самообслуживания до торговли по образцам с учётом особенностей товарных категорий. Особое внимание было уделено роли торгового персонала, как ключевого элемента системы продаж. Установлено, что профессиональные навыки, умение выявлять потребности клиентов, коммуникативные качества и мотивация работников определяют успех торгового взаимодействия и влияют на повторные покупки.

Также значительный акцент был сделан на таких аспектах, как торговое обслуживание и культура продаж. Качество обслуживания рассматривается не только как выполнение стандартов, но и как целенаправленное создание комфортных условий для клиента. Это включает в себя скорость и точность операций, вежливость персонала, информативность, прозрачность ценообразования и постпродажную поддержку. Всё это формирует общее впечатление клиента о магазине и влияет на лояльность и репутацию.

Переходя к практической части исследования, в работе был рассмотрен реальный пример функционирования процесса продаж в рознично-торговом предприятии ООО «Альфа Текстайлз». Компания является дистрибьютором продукции бренда Incanto, работает по франчайзинговой модели и охватывает широкую сеть магазинов. В рамках исследования был проведён анализ торговой точки в г. Саратове, отражающий особенности функционирования компании на локальном уровне.

Анализ показал, что предприятие обладает рядом сильных сторон: узнаваемый бренд, разнообразный ассортимент, ориентированность на качество продукции, профессиональный персонал. Однако были выявлены и проблемные зоны: ограниченные торговые площади, слабая представленность ассортимента, недостаточная визуальная презентация товаров, а также низкий уровень маркетинговой активности.

Финансовый анализ показал положительную динамику по основным показателям: рост объема выручки, увеличение собственного капитала, стабильный уровень ликвидности. Вместе с тем, снижение рентабельности в 2024 году при росте оборота свидетельствует о нарастающих издержках или неэффективности текущих подходов к продажам, что требует вмешательства и пересмотра стратегии.

Анализ интервью с сотрудниками точки реализации в г. Саратове выявил несколько ключевых проблем, таких как недостаточная стандартизация процедур, неэффективная коммуникация между отделами и необходимость

автоматизации некоторых процессов. Эти факторы могут снижать общую эффективность работы магазина и влиять на скорость обслуживания клиентов.

В рамках исследования были разработаны конкретные рекомендации по совершенствованию процесса продаж, направленные на устранение выявленных недостатков и повышение эффективности работы:

- снижение коммерческих расходов и переход на Digital-маркетинг;
- снижение дебиторской задолженности и рост повторных продаж;
- улучшение внутренней коммуникации;
- повышение уровня знаний персонала;
- улучшение визуального мерчандайзинга и клиентского потока.

Реализация этих инициатив ориентирована на повышение операционной эффективности, рост продаж, снижение издержек и повышение удовлетворённости как клиентов, так и сотрудников.

Таким образом, поставленные в работе цели были достигнуты. Были рассмотрены как теоретические аспекты организации процесса продажи, так и проведён детальный практический анализ на уровне реального предприятия. Разработанные рекомендации могут быть применены не только в ООО «Альфа Текстайлз», но и в других розничных компаниях, заинтересованных в повышении эффективности своей деятельности и адаптации к современным условиям ведения бизнеса.