
го рогатого скота и повышение его эффективности в сельскохозяйственных предприятиях Пензенской области. //Международный сельскохозяйственный журнал, 2006, №4, с. 45-46.

7.Парамонова Т. Обозначены приоритеты мясного скотоводства //Животноводство России, 2009, №6, с. 16-17.

8.Сударев Н., Животов Г., Щукина Т. Поиск и решение увеличения производства говядины в Тверской области //Молочное и мясное скотоводство, 2008, №3, с. 2-4.

9.Шамина О.В. Повышение экономической эффективности производства мяса крупного рогатого скота в сельскохозяйственных организациях Нижегородской области //Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - М.: 2009. - 23 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ И ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЗАО «ПЕРЕКРЕСТОК» МАГАЗИН «УЛЬЯНОВСКИЙ».

*Я.Ю. Антипкина, А.В. Федина, студентки 3 курса
экономического факультета
Научный руководитель – к.с.-х. н., доцент В. А. Асмус
Ульяновская ГСХА*

Розничная торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Методы продажи товаров:

- самообслуживание;
- через прилавок
- по образцам;
- с открытой выкладкой;
- по предварительным заказам.

Самообслуживание - позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров. Метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределять функции между работниками магазина. Отобранные товары оплачиваются в узлах расчета, обслуживаемых контролерами-кассирами. Исключение составляют бытовые электроприборы и машины, ювелирные изделия, т. к. необходима консультация продавцов.

Целью является изучение состояния организации продажи товаров и обслуживания ЗАО «ТД Перекресток», магазин «Ульяновский», а так же разработка мероприятий для совершенствования продажи товаров и обслуживания

населения.

Главным объектом исследования является розничная торговля в ЗАО «ТД Перекресток», магазин «Ульяновский».

ЗАО «ТД Перекресток», магазин «Ульяновский», располагается по адресу: г. Ульяновск, пр. Ульяновский14. (Торговый центр «Лидер»).

Магазин «Ульяновский» ориентирован на средний класс потребителей, ценящих качество питания, комфорт и свое время. ЗАО «Перекресток» предоставляет широкий выбор товаров по средним ценам и ниже средних.

В магазине «Ульяновский» представлен разнообразный ассортимент, который меняется в зависимости от потребительского спроса.

Магазин работает круглосуточно. Продавцы осуществляют работу согласно графику.

Количество работников в магазине составляет 30 человек: 5 продавцов, 1 товаровед, 6 грузчиков, 2 менеджера, 4 повара, 2 уборщицы, 2 охранника, 4 кассира, 1 главный бухгалтер, 1 бухгалтер, администратор, директор.

Магазин расположен наиболее удобно по отношению к потоку потребителей (на пересечении улиц и в центральном, оживленном наиболее популярном месте Нового Города). Так, у покупателя, возвращавшегося с работы, нет необходимости идти в другой магазин, или покупать продукты заранее, так как можно купить продукты отличного качества при надлежащем обслуживании недалеко от дома.

Магазин занимает площадь, которая составляет 900 кв. м .Состоит из торгового зала(600кв.), пекарского отдела, кухни, подсобного и складского помещения.

В размещении товаров в магазине «Ульяновский» использована комбинация горизонтальной и вертикальной выкладки.

Товар выкладывается на витринах. В магазине предусмотрены: холодильные шкафы, витрины, морозильные прилавки, шкафы кондитерские и другая необходимая техника и оборудование.

При входе в магазин висит уголок потребителя, который несет информацию (наименование магазина, режим работы, Ф.И.О. директора, книга жалоб и отзывов, представлена лицензия на алкогольную продукцию, Ф.И.О. участкового, следящего за порядком в районе, где находится данный магазин).

Основными поставщиками являются: ООО «Майкл», ООО «Рост», ООО Т.Д «Ламзурь» г. Саранск, ООО «Глобус» г. Ульяновск, ООО «Родник», ООО «Агротэк» г. Саратов.

Таблица 1- Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Показатели	Год			2010г. в % к 2008г.
	2008	2009	2010	
Розничный товарооборот, тыс. руб.	44009,0	48301,4	51262,3	116,5
Издержки обращения, тыс. руб.	26405,4	31395,9	34395,9	130,3
Уровень издержек, %	60,0	65,0	65,0	+ 5,0 п.п.
Прибыль, тыс. руб.	13202,7	19320,6	22555,4	170,8
Уровень рентабельности, %	30,0	40,0	43,9	+13,09 п.п.

Товарооборот на 1 работника торгового предприятия, тыс. руб.	14669,7	16100,1	1708,7	116,5
Товарооборот на 1м ² площади магазина, тыс. руб.	48,9	53,7	56,9	116,3
Товарооборот на 1м ² площади торгового зала, тыс. руб.	73,3	80,5	85,4	116,5

Анализируя таблицу, мы видим, что товарооборот в 2010 году составил 51262,3 тыс. рублей, по сравнению с 2009 годом он увеличился на 6,1%, а в сравнении с 2008 годом товарооборот вырос на 16,4 %.

Увеличение темпа роста розничного товарооборота связано со следующими факторами:

- значительным увеличением объемов потребительского кредитования;
- расширение потребительского спроса и укрепление курса рубля;
- повышения цен на товары.

Таблица 2 - Структура розничного товарооборота предприятия.

Наименование отдела	2008г.		2009г.		2010г.		Изменение 2010г. к 2008г, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
1.Вино-водочный	20803,0	47,3	22349,1	46,3	24241,9	47,29	116,5
2 . С о к и , напитки,чай,кофе	6161,3	14,0	7245,2	15,0	6920,4	13,5	112,3
3.Заморозка	3828,8	8,7	4105,6	8,5	4613,6	9	120,5
4.Молочный	3775,9	8,6	4347,1	9,0	3690,9	7,2	97,7
5.Гастрономический	2640,5	6,0	2898,1	6,0	3588,4	7	135,9
6.Фрукты и овощи	2860,6	6,5	3173,41	6,6	2819,4	5,5	98,6
7.Кондитерский	1408,3	3,2	2076,91	4,3	1179,0	2,3	83,7
8.Консервация	1452,	3,3	1400,71	2,9	1486,6	2,9	102,4
9.Сопутствующие товары	528,1	1,2	579,6	1,2	1230,3	2,4	в 2,3 раза
10.Бакалейные	105,6	0,24	120,7	0,25	461,4	0,9	в 4,3 раза
11.Касса	444,5	1,01	4,8	0,01	1030,4	2,01	в 2,3 раза
Итого:	44009,0	100	48301,4	100	51262,3	100	116,5

Анализируя данную таблицу видно, что происходит значительный рост прибыли. Это происходит за счет увеличения потребительского спроса потребителей на отдельные виды товаров: бакалейные, сопутствующие товары, молочная продукция и вино - водочные изделия. Так же возрос спрос на непродовольственные товары: табачные изделия, хозяйственные товары, бытовую химию.

Наиболее значимое изменение произошло в продаже упакованных пи-

щевых продуктов в 2010 году. Это такие продукты как:

- рост потребления более дорогих и качественных алкогольных напитков, но доля водки снизилась не значительно;
- рост потребления продуктов быстрого приготовления, овощных салатов и фруктовых смесей.
- продукты здорового питания.

В динамике трех лет наблюдается изменения розничного товарооборота предприятия по определенным отделам (таблица 3) .

Анализируя данную таблицу, видим, что в структуре анализа ассортимента товара имеются товары группы А, В, С. Товары группы С преобладают. Это малоценные объекты, характеризующиеся упрощенными методами планирования, учета и контроля.

В магазине «Ульяновский» продажа товаров осуществляется методом продажи-самообслуживания, что значительно упрощает, ускоряет процесс покупки товаров.

Продавцы магазина встречают покупателя и выявляют его намерения.

Таблица 3- ABC анализ структуры ассортимента товара.

Наименование отдела	Сумма реализации за 2010 г, тыс. руб.	Доля, %	Доля, нарастающим итогом, %	Группа
1.Вино-водочный	24241,9	47,29	47,29	А
2.Соки, напитки, чай, кофе	6920,4	13,5	60,79	В
3.Заморозка	4613,6	9	69,79	В
4.Молочный	3690,9	7,2	76,99	В
5.Гастрономический	3588,4	7	83,99	С
6.Фрукты и овощи	2819,4	5,5	89,49	С
7.Кондитерский	1179,0	2,3	91,79	С
8.Консервация	1486,6	2,9	94,69	С
9.Сопутствующие товары	1230,3	2,4	97,09	С
10.Бакалейные	461,4	0,9	97,99	С
11.Касса	1030,4	2,01	100	С
Итого:	51262,3	100		

Покупатель может свободно перемещаться по торговому залу, изучать и выбирать тот товар, которому отдано его предпочтение

Рациональное размещение товаров в торговом зале позволяет сокращать время обслуживания покупателей.

В завершающей стадии продажи товаров происходит расчет с покупателями. Эти операции выполняются на рабочем месте контролера-кассира.

Приобретая товар в магазине «Ульяновский» упаковка производится в пакеты, с фирменным логотипом.

Одним из направлений повышения культуры торговли является оказание дополнительных услуг, оказываемых покупателям.

Услуги, оказываемые ЗАО «ТД Перекресток», магазин «Ульяновский»:

- дополнительная и полная информация о товарах;
- прием предварительных заказов на изготовление тортов;
- продажа продукции собственного производства и напитков в розлив;
- проведение акций на некоторые товары.

Проведя экономический анализ деятельности ЗАО «ТД Перекресток» магазин «Ульяновский» мы считаем, что руководством ЗАО «Перекресток» должно устанавливаться плановое задание по продаже полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий. Выполнение плана позволит увеличить степень удовлетворения спроса населения на этот вид продукции, что позволит принести дополнительную прибыль ЗАО «ТД Перекресток» магазин «Ульяновский».

КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ, ИХ СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

*М.Р. Богапова, студентка 2 курса экономического факультета
Научный руководитель – Гисс Ю.А.
Ульяновская ГСХА*

Современные коммерческие банки представляют второй уровень банковской системы, непосредственно обслуживают предприятия, организации и население. Банк – это организация, созданная для привлечения денежных средств и размещения их от своего имени на условиях платности, срочности и возвратности. Основная цель функционирования коммерческих банков – получение максимальной прибыли.

В России коммерческие банки могут создаваться на основе любой формы собственности – частной, коллективной, акционерной, смешанной. Не исключается возможность создания банков, основанных исключительно на государственной форме собственности, которые в соответствии с действующим законодательством могут осуществлять свою деятельность на коммерческой основе. Например, Сбербанк, Россельхозбанк, банк ВТБ. Для формирования уставных капиталов российских банков допускается привлечение иностранных инвестиций.

Коммерческие банки по принадлежности уставного капитала могут быть государственными, частными, кооперативными, муниципальными и смешанными. Их можно классифицировать и по другим критериям, которые не отрицают, а дополняют друг друга, создавая многомерный «портрет» каждого банка.

Количество банков в России в последнее время постоянно снижается. В конце года и с учетом финансового кризиса вопрос о численности банков является вполне уместным и актуальным.

В соответствии с данными Банка РФ по состоянию на 01.01.2010г. ко-