

*Юркова И. Б.
БТЭУ ПК (Гомель)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ

В современных условиях торговыми предприятиями системы потребительской кооперации придается огромное значение вопросам конкурентоспособности товаров. Это вызвано тем, что при снижении реальных денежных доходов населения возрастают требования к товару, к его потребительским свойствам, то есть предлагаемый торговлей товар должен быть достаточно конкурентоспособным на потребительском рынке.

Чтобы обеспечить правильный выбор товара и сформировать в дальнейшем конкурентоспособный ассортимент, необходимо иметь достаточно полную информацию о товаре, причем собранная информация всегда должна рассматриваться комплексно. Это обусловлено тем, что в условиях перехода к рыночным отношениям на первый план выступают не только качество и потребительские свойства товаров, но и условия их реализации на рынке.

На выбор метода розничной продажи товаров в современных условиях влияет ряд факторов, основными из которых являются: вид товара, широта представленного ассортимента товаров, степень подготовленности товара к продаже, размеры торговой площади магазина, интенсивность покупательского потока, конфигурация торгового зала, тип населенного пункта, специфика обслуживаемого контингента покупателей, квалификация работников торговых предприятий, используемое торговотехнологическое оборудование, используемые конкурентами методы продажи товаров и др. Взаимодействие указанных факторов предопределяет выбор и использование только тех методов розничной продажи, которые смогут наиболее выгодно показать и продемонстрировать свойства товара, обеспечив тем самым его конкурентоспособность на заданном сегменте рынка.

Учитывая, что именно в розничной торговле завершается процесс доведения товаров до конечного потребителя, особое внимание необходимо уделять совершенствованию методов розничной продажи товаров, так как за счет этого может быть достигнута эффективность розничной продажи в целом.