**Анализ предметной области**

**Введение**  
Строительный магазин – это предприятие розничной торговли, специализирующееся на продаже строительных материалов, инструментов, оборудования и сопутствующих товаров для ремонта и строительства.

**Основные категории товаров**

1. Строительные материалы:
2. Кирпич, цемент, песок.
3. Сухие смеси, плитка, гипсокартон.

Инструменты:

1. Электроинструменты (дрели, шуруповёрты).
2. Ручные инструменты (молотки, отвертки).
3. Измерительные приборы (рулетки, уровни).

**Основные функции магазина**

| Функция | Описание |
| --- | --- |
| Розничная и оптовая продажа | Реализация товаров частным лицам и компаниям. |
| Консультации | Помощь в подборе материалов и инструментов. |
| Доставка | Транспортировка товаров клиентам. |
| Онлайн-заказы | Возможность бронирования через сайт. |

**Участники процесса**

Поставщики:

1. Обеспечивают магазин материалами.

Примеры:

1. производители стройматериалов.
2. дистрибьюторы.

Покупатели:

1. частные лица.
2. строительные компании.
3. ремонтные бригады.

Персонал:

1. Продавцы-консультанты.
2. Логисты.
3. администраторы.

**Технологии**

CRM-системы:

1. Управление клиентской базой.

1С:Торговля:

1. Учет товаров и финансов.

Мобильное приложение:

1. Заказы через смартфон.

**Проблемы и перспективы**

1. Проблемы:
2. Высокая конкуренция на рынке.
3. Сезонные колебания спроса.

2. Перспективы:

1. Развитие онлайн-продаж.
2. Внедрение программ лояльности.

**Вывод**:  
Строительный магазин требует комплексного подхода к управлению ассортиментом, логистикой и клиентским сервисом. Активное использование цифровых инструментов повысит конкурентоспособность бизнеса.