

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/183685>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Маркетинг продаж

Содержание

1. Анализ процесса продажи товаров в ООО «ИНТЕРМОДЕ» 3
- 1.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ИНТЕРМОДЕ» 3
- 1.2 Изучение этапов товарного процесса продажи товаров в ООО «ИНТЕРМОДЕ» 10
- 1.3 Совершенствование организации продаж товаров в ООО «ИНТЕРМОДЕ» 17
- Список использованной литературы 23
- Приложение

1. Анализ процесса продажи товаров в ООО «ИНТЕРМОДЕ»

1.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ИНТЕРМОДЕ»

Общество с ограниченной ответственностью ООО «ИНТЕРМОДЕ», именуемое в дальнейшем "Общество", создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом Российской Федерации "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «ИНТЕРМОДЕ», сокращенное наименование на русском языке: ООО «ИНТЕРМОДЕ».

Адрес местонахождения Общества: г.Новосибирск, Аура Молл Superstep.

Целями деятельности Общества являются расширение рынка товаров и услуг, а также извлечение прибыли. Общество осуществляет следующие виды деятельности:

- Розничная торговля обувью;
- Розничная торговля в неспециализированных магазинах;
- Деятельность автомобильного грузового транспорта;
- Транспортная обработка грузов и хранение;
- Прочая вспомогательная транспортная деятельность;
- Организация перевозок грузов.

В работе будет проанализирована работа одного из магазинов ООО «ИНТЕРМОДЕ» Superstep, находящегося в Новосибирске.

SuperStep (Супер Степ) — крупнейший мультибрендовый обувной магазин. В магазинах сети собраны ведущие мировые бренды обуви сегмента лайфстайл (Lacoste, Tommy Hilfiger, Fred Perry, Hugo Boss, Polo Ralph Lauren, UGG, Jog Dog, Timberland, Wrangler, Palladium,) и спортивной обуви на каждый день (Asics, Keds, Converse, Superga, Onitsuka Tiger, The North Face, New Balance, Nike, Diadora) и др. Каждый из этих брендов хорошо известен и зарекомендовал себя на российском рынке. Помимо популярных моделей, SuperStep предлагает и редкие, кастомизированные коллекции.

Организационная структура выглядит следующим образом (рис. 1):

Рисунок 1 - Организационная структура управления ООО «ИНТЕРМОДЕ» (главный офис)

Организационная структура компании по виду относится к линейно-функциональным структурам. Линейно-функциональная структура - структура, при которой специалисты одного профиля объединяются в структурные подразделения и принимают решения, обязательные для подразделений.

К линейным подразделениям ООО «ИНТЕРМОДЕ» Superstep относятся: коммерческий директор, технический директор, бухгалтерия.

К функциональным подразделениям предприятия относятся: отдел дилерских продаж, отдел розничных продаж, отдел закупок, отдел маркетинга и т.д.

Рассмотрим экономические показатели деятельности ООО «ИНТЕРМОДЕ» Superstep

Таблица 1 Экономические показатели деятельности ООО «ИНТЕРМОДЕ» Superstep за 2018-2019 гг.

Показатели 2018 2019 Абсолютное отклонение (+,-) Темп роста, %

Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг 1315 1366 51 103,88

Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг 1429 1122 -307 78,52
Валовая прибыль -114 244 358 -
Прибыль (убыток) от продаж -114 244 358 -
Прочие доходы - 32 - -
Прочие расходы 16 8 -8 50,00
Прибыль (убыток) до налогообложения -130 268 398 -
Текущий налог на прибыль 39 41 2 105,13
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода -169 227 396 -

Выручка предприятия ООО «ИНТЕРМОДЕ» Superstepза анализируемый период увеличилась на 51 тыс. руб. На увеличение выручки повлиял рост объемов продаж готовых изделий и повышение цен на них. Себестоимость товаров, продукции, работ и услуг предприятия снизилась на 307 тыс. руб. Рост суммы валовой прибыли составил 358 тыс. руб. к 2018 г. Сумма валовой прибыли увеличилась, так как произошло увеличение выручки предприятия. Управленческих и коммерческих расходов предприятия в анализируемый период не имело. Рост суммы прибыли от продаж составил 358 тыс. руб. к 2018 г. Увеличение суммы прибыли от продаж зависит от увеличения суммы валовой прибыли. Темп роста прочих расходов составил 50% к 2018 году. Сумма прочих расходов уменьшилась на 8 тыс. руб. и составила на конец анализируемого периода 8 тыс. руб. Рост суммы прибыли до налогообложения составил 398 тыс. руб. к 2018 г. Увеличение суммы прибыли до налогообложения произошло вследствие увеличения суммы прочих доходов организации и уменьшения прочих расходов.

Список использованной литературы

1. Аванесов Ю.А., Ключко А.М., Васькин Е.В. Основы коммерциологии на рынке товаров и услуг. – М.: ТОО «Люкс – арт», 2020 – 318 с.
2. Александров Ю.Л., Батраева Э.А., Петрученя И.В., Смирнова А.М., Терещенко Н.Н./ Экономика предприятия торговли: Учебное пособие. Ч.1/ Красноярск гос. ун-т. Красноярск, 2019. – 258 с.
3. Бакаева В.В. Организация и технология розничной и оптовой торговли. Часть 1. Учебник.- Новосибирск: СибУПТК, 2018. – 132 с.
4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие.- М.: ИНФРА-М, 2018 - 215 с.
5. Бланк А.И. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», изд-во ЭКМОС, 2019 – 415 с.
6. Брагина Л.А., Данько Т.П. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020 - 256 с.
7. Дашков Л.П., Памбухчианц В.К. Коммерция и технология торговли – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2018. – 596 с.
8. Кнышова Е.Н., Панфилова Е.Е. Экономика организации: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. – 336 с.
9. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник / Л.И.Кравченко – М.: Новое знание, 2019. – 544 с.
10. Леонова Ю.Г. Оценка экономической эффективности торгового предприятия на основе удовлетворенности потребителей / Ю.Г. Леонова // Экономический анализ. – 2020. – № 1. – С. 69-76.
11. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. Пособие для студентов вузов / Н.П. Любушин – 3-е изд. Перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020 – 448 с.
12. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ: Учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КроНус, 2018 – 217 с.
13. Осипова Л.В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для студентов вузов. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2019 – 489 с.
14. Протасов В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг, управленческий персонал.-М: Финансы и статистика, 2018 - 521 с.
15. Росс С. и др. Основы корпоративных финансов. – М: Лаборатория Базовых Знаний, 2019.- 468 с.
16. Самочкин В.Н. Пронин Ю.Б. и др. Гибкое развитие предприятия: Эффективность и бюджетирование. – М.: Дело, 2019.- 352 с.
17. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.:

ИНФРА-М, 2018. – 400 с.

18. Смирнова Н.А. Формирование цены товара в оптовой и розничной торговле / Н.А. Смирнова // Экономика и жизнь. – 2019. – № 6. – 52 с.

19. Соколов Я.В. Учет скидок в розничной торговле / Я.В. Соколов, В.В. Патров // Бухгалтерский учет. – 2019. – № 8. – С. 42-45.

20. Тупицын А.Л. Экономический анализ доходов и расходов торгового предприятия. - Новосибирск, 2020. - 100с.

21. Хамидуллина Г.Р. Издержки обращения: учет, анализ, контроль / Г.Р. Хамидуллина - М.: Изд-во «Экзамен», 2019. – 336 с.

22. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: Учебное пособие для вузов / Под ред. Проф. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 686 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/183685>