

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/353571>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

- 1 Характеристика магазина «Магнит» 5
 - 2 Определение вида ассортимента магазина «Магнит» 6
 - 3 Характеристика торгово-технологического процесса магазина «Магнит» 9
 - 4 Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине 12
 - 5 Организация и технология хранения, подготовка товаров к продаже 15
 - 6 Размещение и выкладка товаров в торговом зале 16
 - 7 Продвижение товаров в магазине «Магнит» 18
 - 8 Анализ показателей деятельности склада в магазине «Магнит» 22
 - 9 Проблемы организации работы складских помещений магазине «Магнит» 25
 - 10 Мероприятия по улучшению деятельности складских помещений в магазине «Магнит» 28
 - 11 Анализ финансовых показателей «Магнит» 30
- ЗАКЛЮЧЕНИЕ 34
- СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 35

ВВЕДЕНИЕ

В образовательном процессе обязательной составляющей является производственная практика. Потому что благодаря ней возможно хорошо ориентироваться не только в теории, и в обстановке трудовых будней. Данная составляющая учебного процесса проводится на базе организации или предприятия в соответствии с профилем студента.

На пути получения высшего образования, перенос учебного процесса в условия, которые сходятся с атмосферой будущей профессии является обязательным этапом, который регламентирован приказом Минобразования и науки РФ.

1 Характеристика магазина «Магнит»

«Магнит» — магазин, ассортиментом которого являются непродовольственные товары и продовольственные. Компания старается удовлетворить все запросы покупателей. Основная цель компании статья для каждой семьи номером один.

Магазин «Магнит» является магазином, расположенным в шаговой доступности, находящийся рядом с транспортными потоками и пешеходными. Благодаря дружелюбному сервису, удобной навигации, выкладке товаров в анализируемом магазине просто совершать покупки.

2 Определение вида ассортимента магазина «Магнит»

Магазин «Магнит» предлагает покупателю большой ассортимент товаров- около 13 тысяч наименований, включающий в себя продовольственные и непродовольственные товары. Из них 12 %- бакалейные товары и напитки, 31%-замороженные и молочные продукты, 13% - овощи и фрукты, 18%- гастрономические продукты, 10%-мясопродукты.

В основу построения ассортимента магазина положено рациональное соотношение отдельных групп товаров, учитывающее следующие принципы:

- обеспечение в магазине достаточной полноты товаров частого спроса, простого ассортимента, незаменимых и трудно-заменяемых в потреблении и спросе;
- обеспечение достаточной широты видов товаров по каждой группе и подгруппе товаров;
- установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.

-установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров.

Численность ассортиментных позиций в данном магазине распределяется между продовольственными и непродовольственными.

3 Характеристика торгово-технологического процесса магазина «Магнит»

В магазине «Магнит» в торгово-технологическом процессе можно выделить следующие стадии:

- операции с поступившими товарами до предложения их покупателям;
- обслуживание покупателей;
- дополнительные услуги по обслуживанию покупателей.

В торгово-технологическом процессе магазина «Магнит» первой операцией является разгрузка товаров. В зависимости от физических свойств товаров (тяжеловесные, легковесные, штучные) применяются разные технологии разгрузки товаров.

При разгрузке транспорта соблюдаются общие правила выполнения погрузочно-разгрузочных работ. Особое внимание при разгрузке товаров работники обращают внимание на такие таблички, как «Не кантовать», «Не бросать», «Осторожно».

В зону приемки доставляются поступившие товары. приемка товаров осуществляется лицами, на которых наложена материальная ответственность. Все товары, поступившие в магазин «Магнит» принимаются по количеству и качеству.

После приемки товары доставляют в помещения для хранения. Хранение товаров в магазине является составной частью торгово-технологического процесса.

4 Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине

При поступлении в магазин заказанной продукции проводится ее приемка.

Данный процесс состоит из следующих этапов:

- проверка комплектности и количества поступивших товаров;
- оформление подтверждающих документов;
- принятие на учет продукции.

При проверке товаров все действия проводится материально ответственными опытными сотрудниками. Они владеют нормативной базой относительно правил принятия изделий, а также сроков приемки, разбираются в количественной оценке товаров и показателях качества, а также умеют грамотно оформлять документацию.

Если процедура комплектности товаров и оценки их качества проведена с нарушениями и небрежно, то предъявить претензии изготовителям или транспортной компании сокращаются.

Ответственное лицо, получая груз, должен удостовериться, что характеристики товара (наименование, количество, цена), указанные в товарной накладной, отражают реальное положение дел.

Один экземпляр товарной накладной возвращается продавцу, другой остается у покупателя.

5 Организация и технология хранения, подготовка товаров к продаже

При организации хранения товаров, необходимо учитывать их физико-химические свойства, сроки реализации, правила товарного соседства, систему материальной ответственности, очередность поступления.

Хранение товаров включает в себя следующие этапы:

- размещение на хранение товаров;
- укладку в нужных местах;
- соблюдение необходимого режима для хранения товаров;
- в процессе хранения товаров текущий уход.

Товары, которые помещаются на хранение, группируются по однородности, по ассортиментному признаку товары размещают рядом друг с другом.

6 Размещение и выкладка товаров в торговом зале

Выкладка товаров преследует основной целью не создание красивой картинки товаров, а управление желанием и поведением потенциальных покупателей.

В торговом магазине рациональная выкладка товаров и их размещение решают ряд задач:

- создание наилучших условий, способствующих наиболее выгодно представить товар;
- для покупателя определить уровень визуального обзора, направлять внимание потребителя в необходимую сторону;
- для товаров импульсивного спроса повысить привлекательность;
- для некоторых единиц товара создать условия, благодаря которым они будут выделяться из других;
- для потребителей процесс покупок сделать более приятным и удобным.

7 Продвижение товаров в магазине «Магнит»

Экономическую эффективность торгового предприятия обеспечивает рациональное построение торгово-технологического процесса в магазине «Магнит», который не только обеспечивает комфортные условия отдыха и труда для сотрудников магазина, но и создает максимальные удобства для покупателей.

Качество обслуживания большая часть покупателей характеризует как хорошее (50% респондентов). В том, что обслуживание хорошее считают 20% опрошенных, плохо – 20%, удовлетворительно – 20%.

Таким образом, 30% опрошенных не устраивает качество обслуживания, поэтому необходимо принять меры по его улучшению.

Результаты опроса о том, «Почему Вы совершаете покупки в магазине «Магнит»?», представлены на рисунке 5.

Основное число опрошенных считают, что в магазине «Магнит» товары имеют хорошее качество, и именно поэтому совершают покупки – 30% опрошенных. Широкий ассортимент привлекает еще 30% опрошенных.

Совершают покупки в анализируемом магазине из-за интересных товаров 20% опрошенных.

Таким образом, качество совершаемых покупок все больше выступает на первый план у современных покупателей. Стоит отметить, что 10% опрошенных устраивает цена. Это является следствием того, что в магазине достаточно высокие цены на предлагаемый ассортимент.

Проанализируем покупателей магазина «Магнит».

Результаты возрастного состава магазина «Магнит» представлены на рисунке 6.

8 Анализ показателей деятельности склада в магазине «Магнит»

Рассчитаем коэффициент установочной площади = $S_{\text{установочной площади, м}^2} / S_{\text{торгового зала, м}^2}$.

Коэффициент установочной площади = $15/50=0,30$. Оптимальная величина этого коэффициента составляет 0,25-0,35.

Коэффициент экспозиционной площади торгового зала равен S' — экспозиционная площадь магазина, м² / S — площадь торгового зала, м².

Коэффициент экспозиционной площади торгового зала = $40/50=0,8$.

Оптимальная величина этого коэффициента составляет не менее 0,72.

Анализируя полученные коэффициенты, можно сделать вывод, что они соответствуют оптимальной величине.

9 Проблемы организации работы складских помещений магазине «Магнит»

Среди проблем в магазине «Магнит» можно выделить следующие:

1) На склад неравномерная нагрузка.

Чтобы избежать вынужденных простоев необходимо использовать возможности WMS-системы.

При равномерной загрузке всех участников процесса за счет доступности товаров потеря времени сводится к минимуму.

2) Нарушение сроков прибытия машин на склад по вине поставщика или транспортной компании.

За нарушение сроков поставок необходимо по договорам грузоперевозки необходимо транспортным компаниям включать штрафные санкции. Также при нарушении сроков поставки возможно использование дисциплинарных мер, например, возможно предупредить транспортные компании, что в случае нарушения сроков поставок, машина будет разгружаться столько, на сколько опоздала машина.

3) Нарушение требований к маркировке груза в магазине «Магнит».

За нарушение маркировки необходимо внедрение штрафов. Так возможно включить в договор поставки штрафы. Возможно принимать на склад только товар, который имеет маркировку, товар без маркировки

стоит отвалить в машине.

4) Отсутствие на складе места.

Необходимо увеличить плотность хранения товаров на складе и изменить топологию. Необходимо внедрить систему размещения товаров и планирования разгрузки, вводить ограничения на выход, вход, хранение для разрешения проблемы.

5) Окончание пропускной способности одной из технологических зон – упаковка, экспедиция, приемка.

10 Мероприятия по улучшению деятельности складских помещений в магазине «Магнит»

Для оптимальной компании процесса сохранения продуктов на складах в магазине «Магнит» необходимо соблюдать последующих рекомендаций:

- организация хранения обязана гарантировать целостность числа товаров, их потребительских свойств и исполнение нужных погрузочно-разгрузочных работ;
- условия для осмотра и измерения товаров, отбора проб и образцов товаров соответственными контролирующими органами, корректирования поврежденной упаковки, исполнения погрузочно-разгрузочных работ,
- обеспечение сохранности свойств товаров добивается созданием соответствующего гидротермического режима сохранения товаров, удобной системой их укладки и размещения, системой непрерывного контроля в ходе хранения.

За товарами, находящимися на складах, должны осуществляться постоянное наблюдение и уход. Следует регулярно проводить проверку их состояния, контроль появления признаков порчи, результатов грызунов или насекомых.

11 Анализ финансовых показателей «Магнит»

В 2020 г. сумма баланса «Магнит» равны 3837 млн. руб. Значение показателя увеличилось на 6188 млн. руб. в 2021 г. и на 6685 млн. руб. в 2022 г.

Фактором повышения суммы активов «Магнит» является дебиторская задолженность, которая выросла на 13,9% в 2022 г.

Снижение стоимости имеющихся основных средств «Магнит» с 174 млн. руб. в 2020 г. до 154 млн. руб. в 2022 г. в условиях повышения объема выручки свидетельствует об оптимизации сформированной ранее структуры основных средств.

Политика управления запасами была качественной, ведь в течение 2020 – 2022 гг. происходит рост дохода от продажи товаров и услуг, при этом объем запасов сократился. Это говорит о постоянном поиске резервов оптимизации структуры запасов на предприятии.

Стоимость дебиторской задолженности растет более быстрыми темпами по сравнению с объемом сбыта, что приводит к необходимости привлечения дополнительных финансовых ресурсов для обеспечения стабильной деятельности.

С одной стороны, это может приводить к дополнительным финансовым расходам, а значит к снижению объема возможной чистой прибыли. С другой стороны, отсрочка платежа, которая предоставляется клиентам, является важным аспектом маркетинга.

Поэтому важно найти оптимальное значение стоимости дебиторской задолженности и постоянно контролировать установленный заранее целевой показатель.

В 2020 г. сумма собственного капитала «Магнит» равна – 1305 млн. руб. Увеличение показателя в течение 2020 – 2022 гг. указывает на увеличение благосостояния собственников «Магнит».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Магнит» — российская компания розничной торговли и одноименная сеть продовольственных магазинов (большая часть из них имеет формат «магазин у дома»).

Для крепкого здоровья важно употреблять продукты высокого качества, но не все производители и продавцы придерживаются этого мнения, поэтому стараясь заработать, они идут на разные хитрости, чтобы продать простроченный и небезопасный продукт.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2020) «О защите прав потребителей»
- 2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)
- 3) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2019. — 256 с
- 4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2021. - 350с.
- 5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2019. - 500 с.
- 6) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 336 с.
- 7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2019. — 177 с.
- 8) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб.-метод. пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2021. - 97 с
- 9) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 288 с.
- 10) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». - Саратов, 2020. - 108 с.
- 11) Управление качеством. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 352 с.
- 12) Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент / А.Н. Фомичев. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 468 с.
- 13) Хижняк, А. Н. Основы эффективного менеджмента. Учебное пособие / А.Н. Хижняк, И.Е. Светлов. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
- 14) Шарипов, Ф. В. Психологические основы менеджмента / Ф.В. Шарипов. - М.: Владос, 2019. - 389 с.
- 15) Ширяев, В.И. Принятие решений. Динамические задачи. Управление фирмой / В.И. Ширяев. - Москва: Огни, 2016. - 450 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/353571>