

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/359988>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Товароведение

Содержание

Введение 3

1. Управление ассортиментом на предприятии ООО «Экстрафорест» 4

1.1. Анализ классификации товаров 4

1.2. Анализ показателей широты, полноты, устойчивости ассортимента 8

1.3. Анализ и оценка рациональности ассортимента 9

1.4. Заключение и рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия 10

2. Оценка качества товаров на предприятии (в организации) 11

2.1 Нормативно-технические документы на товар 11

2.2. Документы о приемке товаров по количеству и качеству 12

2.3. Уценка товаров 13

2.4. Анализ маркировки товаров продовольственных и непродовольственных товаров и установить ее соответствие установленным требованиям 14

2.5. Анализ заполнения декларация и сертификатов 15

3. Обеспечение сохранности товаров на предприятии 17

3.1. Анализ хранения товаров 17

3.2. Виды и содержание товаротранспортных документов 18

3.3. Правила упаковки товаров 19

3.4. Товарные потери 20

Заключение 22

Список использованных источников 23

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 Минобрнауки России.

1. Управление ассортиментом на предприятии ООО «Экстрафорест»

1.1. Анализ классификации товаров

Производственная практика была пройдена на базе ООО «Экстра Форест». Анализируемая компания занимается производством и реализацией деревянных строительных конструкций и столярных изделий. Тонкостью этой организационной структуры является перераспределение в составе организации стратегических хозяйственных подразделений и закрепление отдельным производственным и структурным подразделениям статуса центров прибыли. Данные спецподразделения представляют собой направление или группу направлений научной, производственно-хозяйственной деятельности с четко выраженной квалификацией, своими конкурентами, рынками. Каждое полноценное спецподразделение должно иметь свою собственную цель, достаточно самостоятельную от других.

Данная организационная структура фирмы владеет массой плюсов, к которым можно отнести:

- стремительность интеграции в условиях нынешней экономики;
- однозначные и непродолжительные связи;
- определенное разграничение полномочий и обязанностей;

- способность быстрого структурирования между работниками и руководством;
- предельная скорость выполнения указаний;
- способность урегулированной работы и создания штатной или конструкторской управленческой структуры на базе линейной;
- стремительность мониторинга воздействий подчиненного персонала, возможность мгновенных корректировок «по ходу движения»;
- каждый работник или отдел отвечает за один вопрос, личная обязанность сотрудника обосновывает исполнять поручения качественно и умело;
- высокая скорость работы с клиентами при оказании услуг.

1.2. Анализ показателей широты, полноты, устойчивости ассортимента

1.3. Анализ и оценка рациональности ассортимента

В настоящее время формированием ассортимента в ООО «Экстра Форест» занимается товаровед, который:

- беспрестанно исследует спрос на все подгруппы продуктов и закономерности его развития;
- исследует компоненты, воздействующие на сбыт продуктов и имеющие значение для благополучной их актуализации, типы спроса (устойчивый, обвальный, краткосрочный и др.), предпосылки его увеличения и уменьшения, дифференциацию покупательской способности населения, просчитывает спрос на товары и объем продаж;
- исследует возможности сбыта новых продуктов с учетом социально-демографических специфик всевозможных групп населения, положения и динамики их доходов, традиций и вкусов;
- систематизирует опыт конкурентов с учетом преобразований в налоговой, ценовой и таможенной политике государства;
- ведет мониторинг за сбытом, проводит соотнесение намеченных сведений с обретенными итогами по объему, прибыли, времени сбыта, выявляет отклонения и изменения конъюнктуры рынка;
- принимает участие в составлении планов товарооборота и товарного обеспечения;
- отслеживает соблюдения продуктов действующим ГОСТам и ТУ;
- организывает постоянные контакты с поставщиками;
- регулирует исполнение контрагентами контрактных соглашений, в том числе получение товаров в оговоренном ассортименте по срокам, качеству, числу;
- участвует в оформлении претензий контрагентам;
- принимает участие в подготовленности ответов на жалобы клиентов.

1.4. Заключение и рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия

Для совершенствования ассортимента анализируемой компании необходимо расширять ассортимент. Выделяют следующие причины, обуславливающие целесообразность расширения ассортимента товарной категории:

- рост спроса на товар;
- рост объемов производства товара;
- появление на рынке новых производителей данного товара;
- высокая оборачиваемость товара;
- благоприятные экономические условия;
- развитие магазина, его переход к более крупному формату и др.

2. Оценка качества товаров на предприятии (в организации)

2.1 Нормативно-технические документы на товар

2.2. Документы о приемке товаров по количеству и качеству

При поступлении в ООО «Экстра Форест» 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.

2.3. Уценка товаров

Рассмотрим причины, при которых происходит уценка товаров в компании ООО «Экстра Форест».

Вариант первый – выставочные образцы. Такая мебель может иметь незаметные и легко ликвидируемые следы применения. Обычно все исчерпывается потертостью обшивки, микроцарапинами на лакировке.

Второй вариант – мебель с заводским браком. Реализации подпадают воссоздаваемые, реставрируемые образцы. Если брак характеризуется эстетическим дефектом (например, выделяющимся цветом деталей), структурная слагающая мебели не страдает, такая покупка может оказаться очень выгодной.

2.4. Анализ маркировки товаров продовольственных и непродовольственных товаров и установить ее соответствие установленным требованиям

2.5. Анализ заполнения декларация и сертификатов

При проведении подтверждения соответствия мебельной продукции заявитель формирует комплект доказательственных документов, подтверждающих соответствие требованиям безопасности настоящего технического регламента, который включает:

3. Обеспечение сохранности товаров на предприятии

3.1. Анализ хранения товаров

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.

3.2. Виды и содержание товаротранспортных документов

Рассмотрим основные виды товаротранспортных документов:

1) товарная накладная.

В накладной всегда должны содержаться следующие сведения:

- название и реквизиты организации, которая отпускает товар,
- данные о покупателе,
- информация о продукции: наименование, количество, цена и общая стоимость товара.

3.3 Правила упаковки товаров

Упаковка мебели обуславливается видом мебели (изделия корпусной или мягкой мебели), методом поставки в торговую сеть (в собранном или разобранном состоянии), вида транспорта и удаленности транспортировки.

Вся съемная комплектная мебель изделий должна быть запакована в упаковку или пакет, упакована в один

из контейнеров или закреплена к одному из компонентов изделия.

При транспортировке мебели в собранном виде не допускается обертка одного изделия в другое, за исключением единичных прецедентов по разрешению сторон при обеспечении исправности изделий (аналогичным образом могут перевозиться табуреты).

Заключение

Компании нужны инструменты маркетинговой стратегии для того, чтобы выполнить план выручки и занять нишу, увеличить долю на рынке. Такими инструментами могут быть коммуникация с целевой аудиторией, ценообразование, позиционирование бренда.

Маркетинговая стратегия, как правило, касается увеличения продаж, согласуется с действующим бизнес-планом компании, завоевания очередной ниши и вывода нового продукта на рынок.

В зависимости от нее выбирают инструменты маркетинга, которые помогут с меньшими затратами средств добиться результата.

Список использованных источников

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «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», 2013. — 256 с
- 4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2015. - 350с.
- 5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2015. - 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, 2014. — 177 с.
- 8) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб. -метод. пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2015. - 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°», 2012. — 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, 2016

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/359988>