

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/392615>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Экономика

Введение 3

1 Основная часть 4

1.1 Краткая характеристика предприятия розничной торговли 4

1.2 Планировка размещения номенклатурных групп товара в торговом зале 10

1.3 Выполнение индивидуального задания. 13

Заключение 21

Список использованных источников 22

Приложение 24

3. Осуществление подготовки товаров к продаже, размещение и выкладка:

Алгоритм выполнения

- Развертывание и подготовка товарных стеллажей или полок для выкладки товаров.
- Упаковка и маркировка товаров перед размещением на полках.
- Размещение товаров на выделенных местах в соответствии с установленными правилами и требованиями.
- Поддержание порядка и чистоты на торговой площадке.

4. Обслуживание покупателей, консультирование их о потребительских свойствах, правилах эксплуатации непродовольственных товаров:

Алгоритм выполнения

- Приветствие и обслуживание покупателей с внимательностью и дружелюбием.
- Консультирование покупателей о характеристиках и свойствах товаров.
- Предоставление информации о правилах эксплуатации и ухода за товарами.
- Помощь покупателям в выборе товаров в соответствии с их потребностями и предпочтениями.

5. Обеспечение условий, сохраняющих потребительские свойства товаров различных товарных групп:

Алгоритм выполнения

- Соблюдение правил хранения товаров, особенно учитывая особенности хранения различных товарных групп (например, температурный режим, влажность и прочее).
- Проверка наличия необходимых условий хранения и их поддержание.
- Предотвращение возможности повреждения или порчи товаров вследствие неправильного хранения.

6. Соблюдение сроков хранения продаваемых товаров:

Алгоритм выполнения

- Проверка сроков годности или потребительской годности товаров перед выкладкой на полки.
- Организация размещения товаров с ближайшими сроками годности впереди.
- Осуществление ротации товаров для предотвращения продажи просроченных товаров.

7. Осуществление эксплуатации торгово-технологического оборудования:

Алгоритм выполнения

- Запуск и проверка работоспособности торгового оборудования (кассовые аппараты, весы, сканеры и т. д.).
- Поддержание оборудования в чистоте и исправности.
- Устранение простых неисправностей или вызов специалиста для ремонта сложных неисправностей.

8. Осуществление контроля сохранности товарно-материальных ценностей:

Алгоритм выполнения

- Организация контроля за потерями и кражами товаров.
- Соблюдение процедур по контролю доступа к хранилищам и складским помещениям.
- Проведение инвентаризаций и учета товаров.

9. Изучение спроса покупателей:

Алгоритм выполнения

- Отслеживание предпочтений покупателей в отношении различных видов товаров.
- Анализ популярности и востребованности товаров на основе данных продаж.
- Внесение предложений о расширении ассортимента или изменении связей с поставщиками в соответствии с потребностями покупателей.

10. Соблюдение Закона «О защите прав потребителей»:

Алгоритм выполнения

- Ознакомление с основными положениями Закона и его требованиями.
- Уведомление покупателей о правах, предусмотренных Законом.
- Ответственное исполнение требований Закона во всех сделках с покупателями.

Государство осуществляет регулирование розничной торговли в России осуществляется через прямые методы воздействия. Основным нормативно-правовым актом, регулирующим эту сферу, является Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации".

В рамках указанного закона используются различные методы регулирования, включая установление требований к организации и осуществлению торговой деятельности, антимонопольное регулирование рынка розничной торговли, информационное обеспечение, государственный и муниципальный контроль, а также установление или регулирование цен в определенных случаях.

Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ был подвергнут пятнадцати поправкам за одиннадцать лет его действия. Это свидетельствует о неустойчивости норм и о том, что сектор розничной торговли в России подвержен изменениям и не всегда предсказуем в условиях изменяющейся внешней среды.

В законодательстве, регулирующем розничную торговлю, существуют пробелы, которые могут влиять на уровень конкуренции и определение сегментов сектора. Это может привести к тому, что торговые предприятия ориентируются на государственные стандарты, принятые в 2009 и 2013 годах, так как некоторые основные понятия в области торговли, установленные законом, не применяются на практике. Существующие ГОСТы, такие как ГОСТ Р 51773-2009 и ГОСТ Р 51303-2013, играют важную роль в определении терминологии и терминов, используемых в сфере торговли. Они разъясняют основные понятия и классификации, которые используются торговыми организациями при реализации товаров и услуг конечным потребителям.

Государственные стандарты представляют собой рекомендательные документы и способствуют саморегулированию отрасли. Они помогают повысить качество предоставляемых товаров и услуг, обеспечивая общие стандарты и определения для различных видов торговой деятельности.

На данный момент происходит формирование основных направлений государственного регулирования в торговой отрасли. В 2009 году был принят отраслевой закон, который определяет цели, методы государственного регулирования, полномочия органов публичной власти в этой сфере. Этот закон также предоставляет возможности для торговых предприятий транслировать свои интересы через общественные ассоциации, которые отстаивают интересы отрасли в рамках государственной политики.

11. Соблюдение правил охраны труда и ТБ:

- Соблюдение правил техники безопасности при работе с оборудованием, в том числе при подъеме и перемещении грузов.
- Использование индивидуальных средств защиты (например, специальной одежды, защитных очков, перчаток и т. д.).
- Соблюдение правил профилактики травматизма и постоянное внимание к безопасности как собственной, так и окружающих.

Мне была поручена выкладка мужских рубашек в торговом зале. Опишу детально мои действия.

Для организации выкладки одного товара выбраны мужские рубашки сезона -осень зима. Мужские рубашки трех видов:офисные, повседневные, креативные и утепленные, цветовая гамма различная, Также предлагается выставлять аксессуары галстуки и платки

При размещении товаров следует учитывать следующие принципы:

Группировка по категориям.Разделите рубашки на четыре основные категории: офисные, повседневные, креативные и утепленные. Это поможет покупателям быстро находить интересующие их товары.

Цветовая гамма.:В пределах каждой категории старайтесь размещать товары схожих цветов вместе, чтобы

упростить выбор покупателям.

Порядок размещения. наиболее популярные или актуальные товары на уровне глаза, чтобы привлечь внимание покупателей. Менее популярные товары можно разместить выше или ниже.

Аксессуары: Галстуки и платки могут быть размещены в отдельной секции, чтобы создать дополнительные возможности для покупателей сделать дополнительные покупки.

Рубашки офисные Рубашки

повседневные Рубашки креативные

Полка 1 Рубашка1, Рубашка 2

Рубашка 3

Рубашка4, Рубашка 5

Рубашка 6 Рубашка7, Рубашка 8

Рубашка 9

Рубашка10, Рубашка 11

Рубашка 12 Рубашка13,

Рубашка 14

Рубашка 15

Рубашка16,

Рубашка 17

Рубашка 18

Полка 2 Утепленные рубашки:

Рубашка1, Рубашка 2 Рубашка 3убашка4, Рубашка 5

Рубашка 6 Рубашка 7 Рубашка 8Рубашка9

Полка 3 Галстуки

Галстук 1, Галстук 2,

Галстук 3, Галстук 4

Галстук 5, Галстук 6,

Галстук 7, Галстук 8

Платки

Платок1, Платок 2, Платок 3, Платок 4, Платок 5

Платок6, Платок 7, Платок 8, Платок 9, Платок 10

Рисунок 2- Планограмма размещения рубашек

Поясним расположение

Мужские рубашки: Разделен стеллаж на несколько секций, начиная с основной категории - мужских рубашек. Эта категория дополнительно разделена на четыре подкатегории: офисные, повседневные, креативные и утепленные рубашки. Рубашки в каждой из этих категорий располагаются вертикально, что облегчает выбор для покупателей.

Офисные, повседневные и креативные рубашки: Внутри каждой из этих подкатегорий рубашки размещены горизонтально. Это позволяет покупателям просматривать различные стили рубашек внутри одной и той же категории. Например, офисные рубашки отображаются в одной линии, что делает их сравнение более удобным.

Утепленные рубашки: Утепленные рубашки также размещены горизонтально, но в отдельной секции, чтобы подчеркнуть их назначение, так как это зимняя коллекция рубашек Это делает их видимыми и удобными для поиска покупателями в сезон холодов.Аксессуары: На нижней части стеллажа размещены аксессуары - галстуки и платки. Они имеют свою отдельную секцию, где галстуки и платки также размещаются горизонтально. Это упрощает покупателям выбор аксессуаров, чтобы сочетать их с рубашками.

Заключение

В заключении отчета по практике подчеркнем, что розничная торговля является ключевым элементом экономики, и ее эффективность и успешность зависят от многих факторов,

Проведенная практика в магазине позволила мне приобрести ценный опыт и развить навыки, необходимые для работы в розничной торговле. Осуществление приемки товаров и контроль за наличием необходимых документов позволило мне научиться проводить систематическую проверку товаров и грамотно их учету. Отработка навыков определения качества товаров и их упаковки, а также проведение проверки на дефекты помогли мне стать более внимательным и детальным при осмотре товаров, а также оценке их

соответствия установленным стандартам. Это позволит мне лучше обслуживать клиентов в будущем и предлагать качественные товары.

Подготовка товаров к продаже и их размещение на полках являются важным этапом работы практиканта в магазине. Благодаря данному опыту я овладел навыками эффективного планирования и организации рабочего пространства, а также научился упаковывать товары и размещать их в соответствии с требованиями санитарных норм и правил дизайна.

Обслуживание покупателей, консультирование их о товарах и правилах эксплуатации стали важной частью моей работы, дало навыки приветливо и профессионально общаться с покупателями, оказывать им помощь в выборе товаров и предоставлять необходимую информацию. Это позволяет мне создавать положительное впечатление о магазине и улучшать качество обслуживания. Наконец, осознание важности сохранения потребительских свойств товаров и соблюдение правил хранения улучшили мою ответственность и аккуратность в работе. Я понимаю, что правильное хранение и уход за товарами являются гарантией их долговечности и сохранения потребительских свойств.

В целом, проведенная практика позволила мне получить ценный опыт и развить необходимые навыки для успешной работы в розничной торговле

1. Бакшт К., Герасимова М. Почему разваливаются отделы продаж К. Бакшт, М. Герасимова // Управление персоналом, 2013. - № 21. - С. 66 - 73.
2. Березина Е.А. Совершенствование мерчандайзинговой деятельности ООО ТД «Orby» / Е.А. Березина // Маркетинг, 2016. - № 7. - С. 38 - 45.
3. Веллхофф А., Массон Ж.-Э. Мерчандайзинг: эффективные инструменты в управлении товарными категориями / А. Веллхофф, Ж.-Э. Массон. - М.: Изд. дом Гребенникова, 2014. - 381 с.
4. Визуальный мерчандайзинг на примере магазина одежды // Электронный ресурс. URL: <http://memosales.ru/potrebiteli/vizualnye-metody-privlecheniya-vnimanija> (дата обращения 02.14.2023)
5. Комова М.Ю. Специфика мерчандайзинга в магазинах одежды / М.Ю. Комова // Молодой ученый, 2017. - № 7. - С. 105 - 108.
6. Логинов С.С. Мерчандайзинг / С.С. Логинов. - С.Пб.: Лань-Трейд, 2014. - 337 с.
7. Логинова А.Н. Мерчандайзинг как искусство стимулирования продаж: от постановки задач до выбора эффективных технологий / А.Н. Логинова // Электронный ресурс. URL: <http://www.kp.ru/guide/merchandaizing.html> (дата обращения 02.14.2023))
8. Правила выкладки товара в магазине одежды // Электронный ресурс. URL: <http://bolsheprodag.ru/magazin-odezhdy/pravila-vykladki-tovara-v-magazine-odezhdy> (дата обращения 04.04.2017)
9. Рамазанов И.А. Мерчандайзинг в торговом бизнесе / И.А. Рамазанов. - М.: Деловая литература, 2012. - 367 с.
10. Ромат С. Сборник статей и материалов по мерчандайзингу / С. Ромат. - М.: Дело, 2013. - 278 с.
11. Семенихин В.В. Торговля: Правовое регулирование, налоговый и бухгалтерский учет: Энциклопедия. 3-е изд., перераб. и доп. / В.В. Семенихин. - М.: ГроссМедиа, 2013. - 1350 с.
12. Скурил.ин В.С. Документальное оформление, бухгалтерский учет и налогообложение затрат на оплату услуг мерчандайзинга в торговле / В.С. Скуридин // Консультант, 2013. - № 4. - С. 60 - 71.
13. Смагулова Ж.Б. Мерчандайзинг обуви / Ж.Б. Смагулова // Электронный ресурс. URL: <http://www.konspekt.biz/index.php?text=3105> (дата обращения 13.1. 02.14.2023))
14. Снегирева В. Книга мерчандайзера / В. Снегирева. - С.Пб.: Питер, 2015. - 291 с.
15. Шишкоедова Н.Н. Расходы на маркетинг и мерчандайзинг / Н.Н. Шишкоедова // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение, 2013. - № 7. - С. 23 - 35.
16. Юровских А.Д. Мерчандайзинг / А.Д. Юровских. - М.: Инфра, 2013. - 254 с.
17. Якушева Е. Визуальный мерчандайзинг: от перемены мест вещей / Е. Якушева // Маркетинг в России и за рубежом, 2016. - № 11. - С. 70 - 75.
18. Яшкин М.И. Основы мерчандайзинга/М.И. Яшкин. М.:ЮНИТИ, 2015.- 428с

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/392615>