

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/423752>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Товароведение

1. Общая характеристика магазина	5
2. Торговое оборудование и ККМ магазина	10
3. Изучение ассортиментной политики предприятия	18
4. Организация закупочной деятельности	22
Список использованных источников.....	26
Приложения	

ООО «Восток» осуществляет свою деятельность на рынке услуг розничной торговли.

Режим работы магазина: 900 – 2300, без перерыва и выходных.

Основной целью функционирования фирмы является получение прибыли от продажи товаров народного потребления. Получаемая в процессе реализации товаров прибыль используется для развития инфраструктуры розничной торговли, а также в интересах трудового коллектива фирмы. Деятельность ООО «Восток» ориентирована, в основном, на удовлетворение спроса на товары народного потребления. В частности, основными целями деятельности магазина являются следующие: насыщение рынка потребительских товаров; реализация социальных и экономических интересов на основе извлечения прибыли.

На правах собственности ООО «Восток» владеет помещением на 1 этаже 5-ти этажного жилого дома, которое выполняет функцию магазина. Общая площадь магазина составляет 67,6 м². Здание оснащено подъездными путями, техническим оборудованием (водопроводом, канализацией, отоплением, освещением, вентиляцией), технологическим и торговым оборудованием.

Планировка магазина включает:

- торговый зал;
- коридор;
- сан. узел;
- склад;
- кабинет.

Основной вид деятельности предприятия: розничная торговля продуктами питания и напитками, в том числе алкогольными.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.

В обязанности директора входят: разработка стратегии и тактики фирмы, проведение маркетинговых исследований, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, планирование рекламной компании и анализу отдачи от рекламы, управленческие функции, формирование имиджа фирмы, деловая переписка.

Менеджер по продажам ООО «Восток» выполняет следующие функции:

- постоянно изучает спрос на все группы товаров и тенденции его развития;
- исследует факторы, влияющие на сбыт товаров и имеющие значение для успешной их реализации, типы спроса (устойчивый, ажиотажный, кратковременный и др.), причины его повышения и снижения, дифференциацию покупательной способности населения, прогнозирует спрос на товары и объем продаж;
- изучает перспективы сбыта новых товаров с учетом социально-демографических особенностей различных групп населения, состояния и динамики их доходов, традиций и вкусов;
- анализирует опыт конкурентов с учетом изменений в налоговой, ценовой и таможенной политике государства;
- ведет контроль над сбытом, проводит сопоставление запланированных данных с полученными результатами по объему, выручке, времени сбыта, выявляет отклонения и изменения конъюнктуры рынка;
- принимает участие в составлении планов товарооборота и товарного обеспечения;
- контролирует соответствия товаров действующим ГОСТам и ТУ;
- осуществляет постоянные контакты с поставщиками.

- контролирует выполнение контрагентами договорных обязательств, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству;
- участвует в составлении претензий контрагентам;
- принимает участие в подготовке ответов на претензии покупателей;
- принимает меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь, изучает причины образования сверхнормативных товарных ресурсов и «неликвидов», разрабатывает меры по их реализации;
- информирует, при необходимости, работников и администрацию предприятия о правилах хранения, транспортировки товаров, осуществляет контроль над соблюдением правил хранения, транспортировки товаров, подготовкой товаров к отправке в торговый зал;
- проводит ежедневный контроль товарных остатков на складе предприятия;
- участвует в проведении инвентаризации товаров;
- осуществляет оперативный учет итогов реализации товаров, составляет обзоры конъюнктуры, отчетность по установленным формам, оформляет документы, связанные с поставкой и реализацией товаров;
- участвует в формировании цен.

В обязанности продавца входит:

- эффективно использовать полученные профессиональные знания и навыки: полный ассортимент продукции, представленный на стендах в магазине; информация о фирмах – изготовителях, о свойствах и качестве товара; соблюдение мерчандайзинга каждой фирмы;
- эффективно использовать рекламный материал;
- создавать базу постоянных клиентов;
- применять на практике знания техники продаж и навыки работы с клиентами;
- соблюдать чистоту торгового оборудования и поддерживать чистоту торгового зала;
- активно участвовать в проведении различных рекламных акциях фирм – производителей;
- строго соблюдать внутреннюю трудовую дисциплину и установленный график рабочего дня.

Менеджеры по снабжению обеспечивают поступление товаров в торговое предприятие для их дальнейшей продажи.

Бухгалтер ООО «Восток» осуществляет ведение бухгалтерского и налогового учета, составляет ежеквартальную и ежегодную отчетность, проводит расчет налогов, уплачиваемых предприятием.

В функции рабочего входит разгрузка товаров, поступающих в магазин и уборка близлежащей магазину территории.

Предприятие относится к субъектам малого бизнеса.

Все решения, которые принимаются в системе управления малым бизнесом, обычно принимаются одним человеком – его владельцем, очень высока доля неформальных взаимоотношений в малом коллективе, следовательно, сотрудники малых предприятий могут оказывать непосредственное влияние на ключевые аспекты деятельности организации, в которой они работают.

При этом несмотря на то, что малые бизнес-структуры более адаптивны к изменениям во внешней среде в плане изменения маркетинговой, ассортиментной или клиентской позиции, они менее устойчивы к последствиям кризисов в целом.

Часто владельцы малого бизнеса возлагают большие надежды на государство, как основного регулятора бизнеса и организатора поддержки и не имеют необходимых резервов для того, чтобы выстоять в кризисные времена.

Можно выделить следующие особенности малого бизнеса в розничной торговле: небольшая площадь; ежедневный, часто круглосуточный режим работы; расположение в спальных районах; небольшой ассортимент товаров; наличие в ассортименте продовольственных товаров первой необходимости; круг клиентов, сформированный из жильцов близлежащих домов.

С позиции управления все стратегические и тактические решения в малых розничных торговых предприятиях зачастую единолично принимает их владелец. Обычно, это индивидуальный предприниматель. Он разрабатывает ассортимент, устанавливает контакты с поставщиками, занимается ведением документооборота и решает кадровые вопросы. То есть принимает на себя всю ответственность по тем областям управления, которые в крупных торговых сетях решают отдельные департаменты. При этом преимущество магазинов-одиночек заключается в территориальной близости, в сокращении в 2-3 раза времени на покупку (так как не надо долго ходить между стеллажами, мучаясь с выбором), в более концентрированном ассортименте товаров (к примеру, 2-3 вида сметаны, а не 15-20 как в крупном супермаркете) и возможности устанавливать длительные, доверительные отношения со своими клиентами. Посетители таких магазинов коммуникабельны и восприимчивы к отзывчивости продавцов. Повышению

лояльности существующих и потенциальных потребителей возможно путем координации деятельности предприятий розничной торговли в различных направлениях. Ориентация на клиента, позволяющая добиться конкурентного преимущества, обеспечивает рост устойчивости развития торговой организации.

1. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник для вузов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2021. – 352с.
2. Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие для. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2022. – 448с.
3. Дашков Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учеб. для вузов. – М.: Дашков и К°, 2020. – 688с.
4. Денисова Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие для вузов. – М.: Магистр, 2021. – 480с.
5. Иванов Г. Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. – М.: ФОРУМ, 2022. – 384с.
6. Казакевич Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий торговли: учебное пособие для вузов. – СПб.: Интермедия, 2020. – 186с.
7. Костина Г. Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг: учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2021. – 175с.
8. Никулина Н. Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2022. – 319с.
9. Памбухчиянц О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник. – М.: Дашков и К°, 2021. – 448с.
10. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. - 13-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2022. – 500с.
11. Федорова Л. П. Экономика и управление на предприятии (торговля и общественное питание). – М.: Дашков и К°, 2023. - 104с.

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/423752>