

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/44276>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Товароведение

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАГАЗИНА «МАРИЯ-РА» 5

2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ И ХОЗЯЙСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 8

3 АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ 16

4 ОБЩИЙ АНАЛИЗ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ 18

5 ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «МАРИЯ-РА» 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 24

ВВЕДЕНИЕ

Издавна торговля считается популярным и прибыльным видом деятельности человека. Основная ее цель — получение дохода посредством удовлетворения потребностей конечного покупателя.

Продавец между покупателем и изготовителем продукции является связующим звеном: предприниматель закупает оптом всевозможные товары и продает их в розницу покупателям с определенной торговой наценкой, извлекая при этом для себя выгоду.

Если дать краткое определение розничной торговле, то это сбыт товаров конечному потребителю для удовлетворения его личных целей, не связанных с коммерческой деятельностью.

Торговля - очень важный и сильнейший фактор, влияющий на исторический процесс вообще и на жизнь общества в частности. Уровень развития торговли один из важнейших критериев оценки общего культурного уровня людей, и чем он выше, тем выше уровень торговых отношений между ними, она должна не только удовлетворять простейший спрос людей, но и соответствовать их требованиям по качеству и отвечать их вкусам. Торговля так же оказывает непосредственное воздействие на объем производства данного товара, его структуру и качество. Таким образом, в центре деятельности продавца лежит товар, его потребительская стоимость и ее изменение, которые надо учитывать при продаже товара, так как это влияет на соотношение спроса и предложения на него, т. е. на конъюнктуру рынка.

Производственную практика была пройдена в магазине «Мария-ра».

Основная деятельность магазина - реализация ассортимента продовольственных товаров.

Целью производственной практики является технологических и экономических процессов сферы коммерции.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить общую характеристику магазина «Мария-ра»;
- провести анализ ассортиментной политики;
- проанализировать технико-экономические показатели;
- изучить основные этапы и содержание планирования сбытовой деятельности.

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАГАЗИНА «МАРИЯ-РА»

ТС «Мария-Ра» — одна из крупнейших компаний в Сибирском регионе, входящая в первую 10 продовольственных сетей России.

На 15 июня 2018 г. ТС «Мария-Ра» насчитывает 1010 магазинов в 246 населенных пунктах Сибири: Алтайского края, Республики Алтай, Новосибирской, Томской и Кемеровской областях.

В 2018 году Компания «Мария-Ра» продолжила расширение сети, освоила уже 246 населенных пунктов Западной Сибири и открыла 1010 торговых точек. Ежедневно магазины «Мария-Ра» обслуживают более 997 000 покупателей, за месяц наши кассы выдают более 20 миллионов чеков — это является основным показателем доверия наших покупателей к сети и залогом её успеха.

Кроме того, ТС «Мария-Ра» является одним из крупнейших работодателей в Сибирском регионе. На сегодняшний день в компании работают более 18 000 человек.

ООО "Мария-Ра" действует с 2 марта 1993 г., ОГРН присвоен 9 октября 2002 г. Действует на основании устава. Учредителями компании являются Ракшин Евгений Александрович, Ракшина Алла Александровна, Ракшина Галина Степановна, Ракшин Александр Федорович имеющие равные доли в уставном капитале по 337 750 рублей.

Магазин «Мария-ра» расположен по адресу:

Режим работы с 8 до 22.

Мария-Ра - это сеть фирменных магазинов, предлагающая большой ассортимент продуктов питания и прочих товаров, необходимых потребителям каждый день. Компания имеет обширный ассортимент товаров собственных торговых марок. Это кондитерские изделия, рыбная и мясная продукция, крупы, быстрое питание и другие товары, которые предлагаются покупателям с минимальными наценками.

Основными конкурентами магазина «Мария -ра» являются торговая сеть «Магнит», торговая сеть «Светофор», сеть супермаркетов «Ярче», сеть универсамов «Бегемот».

Преимуществами магазина «Мария-ра» перед конкурентами является качественный сервис на кассах, более продуманную работу с местными поставщиками, более оперативный привоз свежего хлеба.

Кроме того, в компании уже 12 лет действует программа, по которой сотрудники выезжают в Европу и США, где знакомятся с работой западных сетей.

Компания не жалеет денег на обучение менеджеров, потому что эти траты на образование у них всегда окупаются. В компании создан корпоративный центр обучения и повышения профессиональной компетенции, в котором готовят специалистов и управляющих магазинов.

Рассмотри рынок розничной торговли города Кемерово. Оборот розничной торговли Кемерово, в млн руб, представлен на рисунке 1.

Рисунок 1 – Оборот розничной торговли г.Кемерово

Анализируя диаграмму можно наблюдать стабильный рост оборота розничной торговли г. Кемерово. В 2017 году оборот составит 355028 миллионов рублей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ 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) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2015. - 500 с.
- 5) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г.Дубцов. — 4-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2013.— 336 с.
- 6) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 7) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб.-метод. пособие. – СПб.: Университет ИТМО, 2015. – 97 с
- 8) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 9) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 10) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Пам. бухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 288 с.
- 11) 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. – 108 с.
- 12) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С.Шипилова – ПрофОбрИздат, 2011- 464с.
- 13) Товароведение непродовольственных товаров: учебник / В.Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. Мн.: Выш. ш к , 2012. — 669 с.
- 14) Управление персоналом : учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 15) Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 540с.

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/44276>