

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/7540>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

Содержание

Введение 3

1. Анализ деятельности организации 4

1.1. Краткая характеристика деятельности организации 4

1.2. Характеристика функциональных обязанностей, прав и результатов деятельности структурных (управленческих) подразделений экономических и финансовых служб 8

2. Организация торгово-хозяйственной деятельности предприятия 11

2.1. Методы управления ассортиментом товаров 11

2.2. Организация товароснабжения предприятия 17

2.3. Анализ организации торгово-технологического процесса в магазине 19

2.4. Анализ процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей 22

2.5. Оценка эффективности торговой деятельности 23

Заключение 26

Список использованной литературы 27

Введение

Преддипломная практика проходила в магазине «ХИЩНИК» (ООО Сварог). Магазин расположен по адресу г.Черепаново, ул.Республиканская, 61.

К основным видам деятельности магазина «ХИЩНИК» относится розничная торговля рыболовными, охотничьими и туристическими товарами. Основная деятельность магазина – реализация ассортимента непродовольственных товаров.

1. Анализ деятельности организации

1.1. Краткая характеристика деятельности организации

Предприятие относится к открытому акционерному обществу, владельцем предприятия является одно лицо, которое осуществляют свою деятельность согласно уставу.

Магазин «ХИЩНИК» расположен по адресу Новосибирская область, город Черепаново, улица Республиканская, 61, это свидетельствует о выгодном месторасположении, так как вблизи с городом находятся населённые пункты, пользующиеся популярностью у охотников и рыболовов, а также большое количество лесов и водоёмов, в том числе частных и искусственных. Круглый год профессионалы и любители рыбалки и охоты посещают эти места и приобретают в магазине «ХИЩНИК» нужные для себя товары. Каждый охотник, рыболов, турист и просто отдыхающий имеет возможность выбрать нужное для себя из огромного и разнообразного ассортимента магазина. Неподалёку располагаются места отдыха для туристов и отдыхающих.

Магазин был основан в августе 2014 года. На основе анализа рынка, директор магазина «ХИЩНИК» сделал вывод о том, что магазинов в данной сфере недостаточно, конкуренция небольшая. В городе имеется несколько магазинов с небольшим ассортиментом. Миссия Магазина «ХИЩНИК» - способствует удовлетворению потребностей клиентов, путем продажи качественной продукции в широком

2

ассортименте, учитывая спрос и особенности местности, с целью максимизации прибыли предприятия и обеспечения справедливого отношения к сотрудникам.

Магазин «ХИЩНИК» занимается розничной реализацией продукции для охоты, рыбалки и туризма, используя современное торговое оборудование.

Магазин «ХИЩНИК» также имеет очень широкий ассортимент специальной одежды и

обуви различных известных российских и зарубежных брендов.

В продаже имеется женская и мужская обувь надежных поставщиков г.Москвы и г.Новосибирска, которые подбираются с учетом прочности, удобства, времени года и высоких требований к качеству. Весь ассортимент сертифицирован и соответствует требованиям нормативных документов.

Организационная культура и имидж.

Относительно общей оценки имиджа предприятия «ХИЩНИК» можно сказать, что предприятие пользуется уважением среди коллег по отрасли, среди клиентов – доверием, ценится за надежность, стабильность и целенаправленность, а кое-где оригинальный подход к потребностям потребителя. Способствует распространению позитивного имиджа и то, что работники предприятия довольны местом работы и демократически внимательным отношением руководства к их потребностям.

Следовательно, за время своей деятельности предприятие зарекомендовало себя на рынке как надежный деловой партнер. Это подтверждает тот факт, что предприятие, пусть за короткое время, постепенно расширяет круг партнеров и клиентов. Постоянно выполняет индивидуальные заказы клиентов, имеет постоянных покупателей, которые получают скидочные карты. Также директор магазина «ХИЩНИК» в честь дня рыбака организовал розыгрыш призов. В розыгрыше принимали участие все покупатели, сумма покупки которых составляла 1500 рублей и больше. Далее в день розыгрыша с помощью лототрона выбирались победители. Розыгрывалось более ста призов, в их числе – спиннинги, удочки, катушки, мангалы, коптильни, спальные мешки, палатки и многое другое.

1.2. Характеристика функциональных обязанностей, прав и результатов деятельности структурных (управленческих) подразделений экономических и финансовых служб
Сфера деятельности магазина «ХИЩНИК»: розничная торговля продукцией для охоты, рыбалки и туризма.

По видам и особенностям устройства предприятия розничной торговли подразделяют на магазины, магазины-склады, павильоны, палатки, автомагазины и др. «ХИЩНИК» является магазином. Магазин располагает набором помещений и оборудованием, необходимыми для выполнения разнообразных торгово-технологических операций. Размещен магазин в капитальном стационарном здании.

С учетом типа здания и особенностей его объемно-планировочного решения предприятия розничной торговли подразделяют на отдельно стоящие, встроеннопристроенные и торговые комплексы, они также бывают одноэтажные, многоэтажные, с подвальными помещениями или без них.

Магазин «ХИЩНИК» расположен на втором этаже отдельно стоящего здания.

Основной целью магазина является извлечение прибыли и удовлетворение общественных потребностей. Основными видами деятельности являются: приобретение и реализация товаров.

В магазине на стене размещена информация для покупателя «Уголок покупателя»: лицензия, свидетельство ИЧП, книга жалоб и предложений, адреса служб по защите прав потребителя, и прочая информация для покупателя.

Магазин располагает комплексом помещений, необходимых для рационального функционирования торгово-технологического процесса. Это- помещение торгового зала, помещение приемки, хранения и подготовки товара к продаже, кабинет директора и комната отдыха.

3

Товар в торговом зале размещен на витринах, полках, специальных сетках.

Отпуск товара производится через кассу, находящуюся в торговом зале.

Делая вывод, в данном вопросе можно сказать, что торговый процесс в магазине поставлен хорошо, эффективно использованы торговые площади, выбран наиболее удобный метод продажи, представлен дополнительный спектр услуг.

2. Организация торгово-хозяйственной деятельности предприятия

2.1. Методы управления ассортиментом товаров

Структурой ассортимента товаров называют состав товарных групп, входящих в

ассортимент и количественное соотношение между ними, выраженное в процентах, долях. Обычно доли (удельный вес) каждой группы рассчитывается по товарообороту. В магазине структура ассортимента должна быть наиболее рациональной, чтобы в полной мере удовлетворять потребности населению. С этой целью в данной работе будет целесообразным провести анализ ассортимента рыболовных товаров следующим признакам:

- удельный вес каждого вида продукции в структуре ассортимента по количеству позиций
- удельный вес каждого вида продукции в структуре ассортимента по объему продаж;
- коэффициенты глубины и широты.

2.2. Организация товароснабжения предприятия

В магазине «ХИЩНИК» учет, поступление и реализация товара ведется при помощи программы 1С:Бухгалтерия. Так как товаровед в магазине нет, его обязанности выполняет директор, то есть: заказ товара, прием товара, расчеты с поставщиками, заключение договоров, если директор магазина отсутствует обязанности выполняет старший продавец смены.

Основными поставщиками товара в магазин «ХИЩНИК» являются следующие фирмы: «НикаС», «Апико-Фиш» и «Уральский рыболов».

ООО «НикаС», юридический адрес 1127221, г.Москва, пр.Шокальского д49 кор.1 кв.200, тел. +79099018447, является производителем аксессуаров для собак и товаров для охоты и рыбалки. Сотрудничает с магазином «ХИЩНИК» с 2015 года.

Торговый дом "Апико-Фиш" является крупнейшим в России поставщиком рыболовных товаров. Юридический адрес 107045, г.Москва, пер.Панкратьевский д.2, тел./факс: +7 495 783-23-87. Сотрудничает с магазином «ХИЩНИК» с 2015 года.

ООО "Уральский рыболов", юридический адрес 61503, Пермский край, Пермский район, п.Сылва, ул. С.Корнеева 6-35. ООО «Уральский рыболов» - Рыболовный оптоворозничный центр, центральный офис которого находится в г.Перми. Сотрудничает с магазином с начала открытия, т.е. с 2014 года.

С поставщиками товаров налажены рациональные хозяйственные связи, прямые и долгосрочные договорные взаимоотношения, позволяющие закупать товары у поставщиков-изготовителей на стабильной договорной основе.

2.3. Анализ организации торгово-технологического процесса в магазине

Приемка товаров в магазине - это важная составная часть торгово-технологического процесса. В магазине «ХИЩНИК» приемку товара по количеству и качеству осуществляет директор магазина.

Приемка товаров осуществляется в соответствии с данными, указанными в сопроводительных транспортных документах, удостоверяющих количество и качество поставляемого товара (в счетах-фактурах, спецификациях, описях, технических паспортах, сертификатах соответствия, удостоверения о качестве на упаковочных ярлыках и др.), а также в соответствии с условиями договора между продавцом и покупателем.

4

Приемка товаров включает в себя:

Проверку количества и качества поступивших товаров, их комплектности;

Оформление приемки соответствующими документами;

Принятие товаров на учет

Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки, которая расположена на складе. Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий. В процессе приемки директор магазина проверяет качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров установленным требованиям.

2.4. Анализ процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей

Продажа товаров – завершающая стадия торгово-технологического процесса в магазине. Операции, выполняемые на этой стадии, являются наиболее ответственными, так как они связаны с непосредственным обслуживанием покупателей.

Метод розничной продажи товаров, который применяется в магазине «ХИЩНИК» – метод продажи через прилавок (традиционный метод).

Пришедший в магазин покупатель встречается приветливо, при этом благоприятное впечатление оставляют опрятный внешний вид работников магазина, порядок и чистота в торговом зале. Выявление намерения покупателей выполняться торговым персоналом ненавязчиво, в вежливой форме.

2.5. Оценка эффективности торговой деятельности

Экономические показатели торгово-хозяйственной деятельности магазина «ХИЩНИК» представлены в таблице 3.

Из таблицы 3 видно, что в 2016 г. магазин значительно улучшил показатели всей деятельности. Так, видно, что товарооборот увеличился на 93%. Валовой доход увеличился почти в 6,5 раз, в связи с чем уровень валового дохода к товарообороту в 2016 г. составил 67,4%, что на 47,4% больше, чем в предыдущем году.

Более чем в 8 раз увеличилась прибыль от реализации товаров. Уровень рентабельности возрос на 37,6%, составив в 2016 г. 49,2%.

Сумма издержек обращения увеличилась на 86%, положительным моментом является снижение уровня издержек в процентах к обороту на 1,8%.

Заключение

В ходе прохождения преддипломной практики, был рассмотрен ряд вопросов: организационно-хозяйственная деятельность, организационная структура коммерческой службы, функции персонала коммерческих служб магазина "ХИЩНИК". Проведен анализ основных экономических показателей работы магазина. Также были даны принципы формирования ассортиментной политики, раскрыта специализация магазина и описан ассортиментный перечень.

В отчете была раскрыта организация торгово-хозяйственной деятельности магазина, сущность и содержание закупочной работы, принцип работы магазина "ХИЩНИК" с поставщиками.

Список использованной литературы

1. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 288 с.
2. Блинов, А.О. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.О. Блинов, Х.Х. Кучмезов, Е.И. Шиповалов, А.Х. Кучмезов. - М.: ЭЛИТ, 2008. - 352 с.
3. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2015. - 320 с.
- 5
4. Глазунова, О.И. Основы менеджмента / О.И. Глазунова. - М.: КноРус, 2011. - 320 с.
5. Кабанова, Л.А. Основы менеджмента: теоретические основы профессиональной деятельности: Учебное пособие / Л.А. Кабанова, Н.Ю. Чернова; Науч. ред. С.В. Соколова. - М.: Академкн./Учебник, 2006. - 144 с.
6. Коротков, Э.М. Основы менеджмента: Учебное пособие / И.Ю. Солдатова, Э.М. Коротков; Под ред. И.Ю. Солдатова, М.А. Чернышева. - М.: Дашков и К, Академцентр, 2013. - 272 с.
7. Миротин, Л.Б. Основы менеджмента и управление персоналом. (Логистическая концепция) / Л.Б. Миротин, А.К. Покровский, В.М. Беляев. - М.: ГЛТ, 2010. - 240 с.
8. Репина, Е.А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопоченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Академцентр, 2013. - 240 с.
9. Солдатова, И.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / И.Ю. Солдатова, М.А. Чернышева. - М.: Дашков и К, 2015. - 272 с.
10. Хартанович, К.В. Основы менеджмента / К.В. Хартанович. - М.: Академ. Проект, 2006. - 272 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/7540>