УНИВЕРСИТЕТ СИНЕРГИЯ

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»
Колледж «Синергия»
Кафедра Коммерции и торгового дела

ОТЧЕТ
о прохождении учебной практики

по профессиональному модулю ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

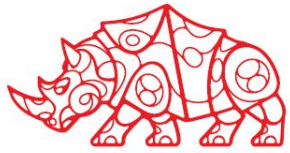
в период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Специальность 38.02.04. Коммерция (по отраслям)

ФИО обучающегося: _____
Группа: _____
ФИО Руководителя: _____

Содержание

I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли
II. Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников
2.1. Участие в установлении контактов с поставщиками и деловыми партнерами и в организации договорной работы
2.2. Анализ системы подготовки организации к добровольной сертификации
2.3. Анализ материально-технической базы торгового предприятия
2.4. Анализ приемки товаров по количеству и качеству и ее документального оформления
2.5. Анализ влияния факторов внешней и внутренней среды торгового предприятия на возникновение коммерческих рисков
III. Проектно-экспериментальная часть. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД 1. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью
3.1. Анализ и оценка торгово-технологических операций по организации хранения товарных запасов, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации
3.2. Характеристика основных и дополнительных услуг, оказываемых в торговом предприятии
3.3. Оценка складских операций, принципов и условий размещения и хранения товарных запасов на складе
3.4. Эксплуатация торгово-технологического оборудования
3.5. Анализ статистических величин в коммерческой деятельности на основе использования основных методов и приемов статистики для решения практических задач
IV. Заключение



ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ, ПРОМСАНИТАРИИ И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

I. Вводный инструктаж

Провел инженер по охране труда и технике безопасности

_____

(Ф.И.О.)

Подпись _____ Дата _____20____г.

Инструктаж получил (а) и усвоил (а)

_____

(Ф.И.О.)

Подпись _____ Дата _____20____г.

Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

Объект исследования - Общество с ограниченной ответственностью «Мега» (ООО «Мега»)

Торговое предприятие зарегистрировано 13.11.2007 регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 12 по Омской области

Руководитель организации Манжос Дмитрий Борисович

Юридический адрес г. Омск, ул. Дергачева, д. 26

Основным видом деятельности ООО «Мега» является деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенная в другие группировки, зарегистрировано 25 дополнительных видов деятельности, в том числе и

торговля бытовыми электротоварами.

Организации ООО «Мега» присвоены ИНН 5507200609, ОГРН 1075543007583, ОКПО 82985385.

Магазин обладает современной торговой мебелью - прилавками, горками и витринами. В подсобных помещениях расположены стеллажи, подтоварники и поддоны.

Площадь торгового зала равна 300 м2, таким образом данный магазин относится к средним.

На первом инструктивном совещании был рассмотрен вопрос нормативно-правового регулирования магазина.

Деятельность торгового предприятия ООО «Мега» регламентируется комплексом нормативно-правовых документов, основными из которых являются Федеральные закон «О защите прав потребителей», «О Техническом регулировании», «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и др.

Объект практики – торговое предприятие ООО «Мега»

Рисунок 1. Объект практики – торговое предприятие ООО «Мега»

Характеристика методов, средств и приемов менеджмента, делового и управленческого общения в коммерческой деятельности торгового предприятия

1. Организационно-правовая форма - Общество с ограниченной ответственностью «Мега»
2. Организационная структура предприятия – линейная

2. Установление формы предпринимательства -малый бизнес

3. Преимуществ линейной организационной структуры торговой организации: единство и четкость распорядительства; согласованность действий исполнителей; четкая система взаимных связей между руководителем и подчиненным; быстрота реакции в ответ на прямые указания; простота управления; получение исполнителями увязанных между собой распоряжений и заданий, обеспеченных ресурсами; личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего подразделения. простой контроль.

4. На рабочем месте осуществляются показ, выбор, консультация, расчет и упаковка (при продаже товаров с открытой выкладкой), а также оказание различных услуг покупателям.

5. Менеджер по продажам в общении с клиентами: человек вполне лоялен в отношении товара; он полностью согласен с продавцом; собеседник прямо утверждает, что готов оформить договор или свершить покупку; он уточняет мелкие нюансы по продукту. Все знают, что товарный оборот компании определяет мастерство специалистов по работе с клиентурой. Чем компетентней продающий персонал, тем больше сделок у самой компании.

6. Деятельность предприятий торговли регламентируется комплексом нормативно-правовых документов, основными из которых являются Федеральные закон «О защите прав потребителей», «О Техническом регулировании», «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и др.

Организационная структура торгового предприятия

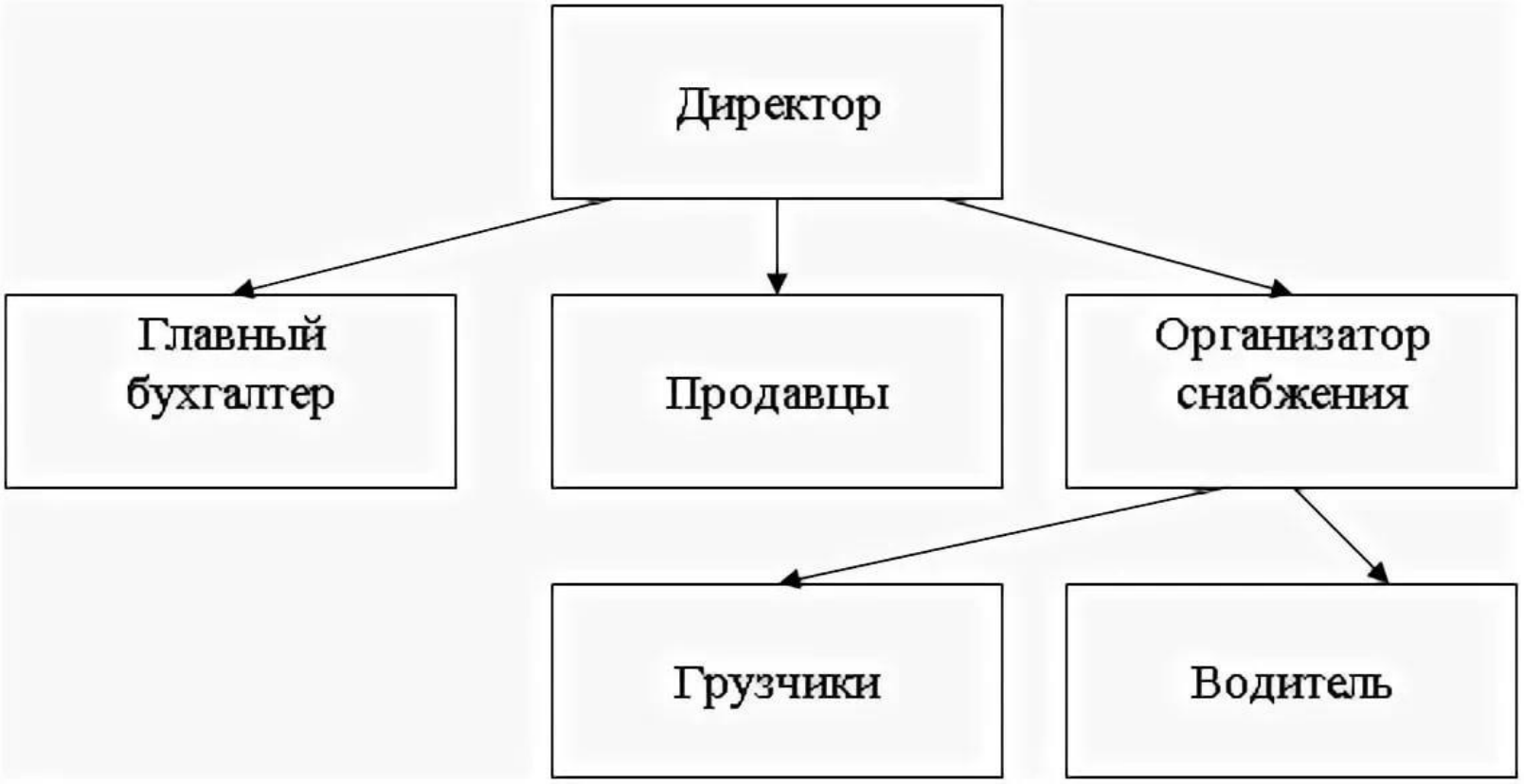


Рисунок 2. Организационная структура ООО «Мега»

Методы и приемы делового общения, применяемые в процессе организации и управления торгово-сбытовой деятельностью

Пунктуальность (делайте все вовремя). Конфиденциальность (не болтайте лишнего). Любезность, доброжелательность и приветливость Убеждение. главное оружие в дискуссии - факты и их добросовестная интерпретация

Рисунок 3. Деловая встреча с поставщиком в ООО «Мега»

II. Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Участие в установлении контактов с поставщиками (деловыми партнерами) и организации договорной работы

2.1.1. Описание порядка заключения хозяйственных договоров и методов организации коммерческих связей в исследуемой торговой организации:

Основные этапы работы с поставщиками в ООО «Мега»: поиск поставщиков по ассортиментным группам; определение необходимого количества поставщиков на каждую группу товара; выбор стратегии работы с каждым поставщиком; установление желаемого характера коммуникаций; контроль за ходом работы с поставщиком.

При заключении хозяйственного договора стороны обязаны в любом случае согласовать предмет, цену и срок действия договора.

Условия о предмете в хозяйственном договоре должны определять наименование (номенклатуру, ассортимент) и количество продукции (работ, услуг), а также требования к их качеству.

Требования относительно качества предмета договора определяются в соответствии с обязательными для сторон нормативными документами, а при их отсутствии - в договорном порядке, с соблюдением условий, обеспечивающих защиту интересов конечных потребителей товаров в ООО «Мега»

Разместить схему условий договоров

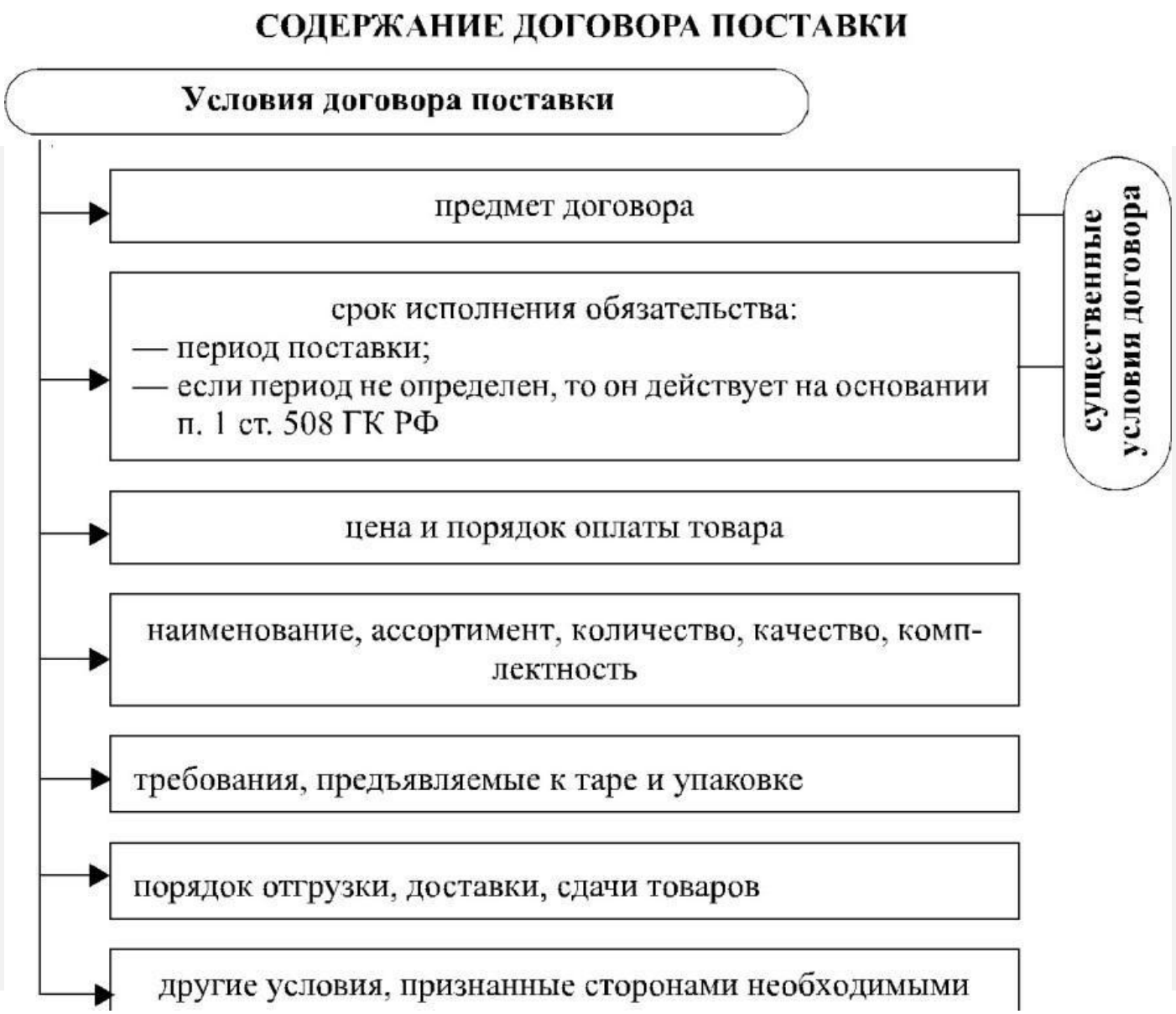


Рисунок 4. Структура договора поставки ООО «Мега»

Анализ структуры покупателей

Рисунок 5. Структура покупателей электротоваров по уровню дохода на одного члена семьи

Расчеты по выбору поставщика

«Альтернатива выбора поставщика»

Вам необходимо принять решение по выбору поставщика ТМЦ, если их поставляют на предприятие три фирмы (А, Б и С), производящие одинаковую продукцию, одинакового качества.

Характеристики поставщиков следующие:

– удаленность от предприятия:

А – 236 км, Б – 195 км, С – 221 км;

– разгрузка: А и С – механизированная, Б – ручная;

– время выгрузки: при механизированной разгрузке – 1 час 30 мин., при ручной – 4 часа 30 мин.;

– транспортный тариф: до 200 км – 0,9 тыс.руб./км, от 200 до 300 км – 0,8 тыс. руб./км;

– часовая тарифная ставка рабочего, осуществляющего разгрузку – 450 руб./час.

Ответ: выбираю поставщика ТМЦ - это фирма С

2.2. Анализ системы подготовки организации к добровольной сертификации услуг

Нормативно-правовая база регулирования торговой деятельности ООО «Мега»

осуществляется Гражданским кодексом Российской Федерации,

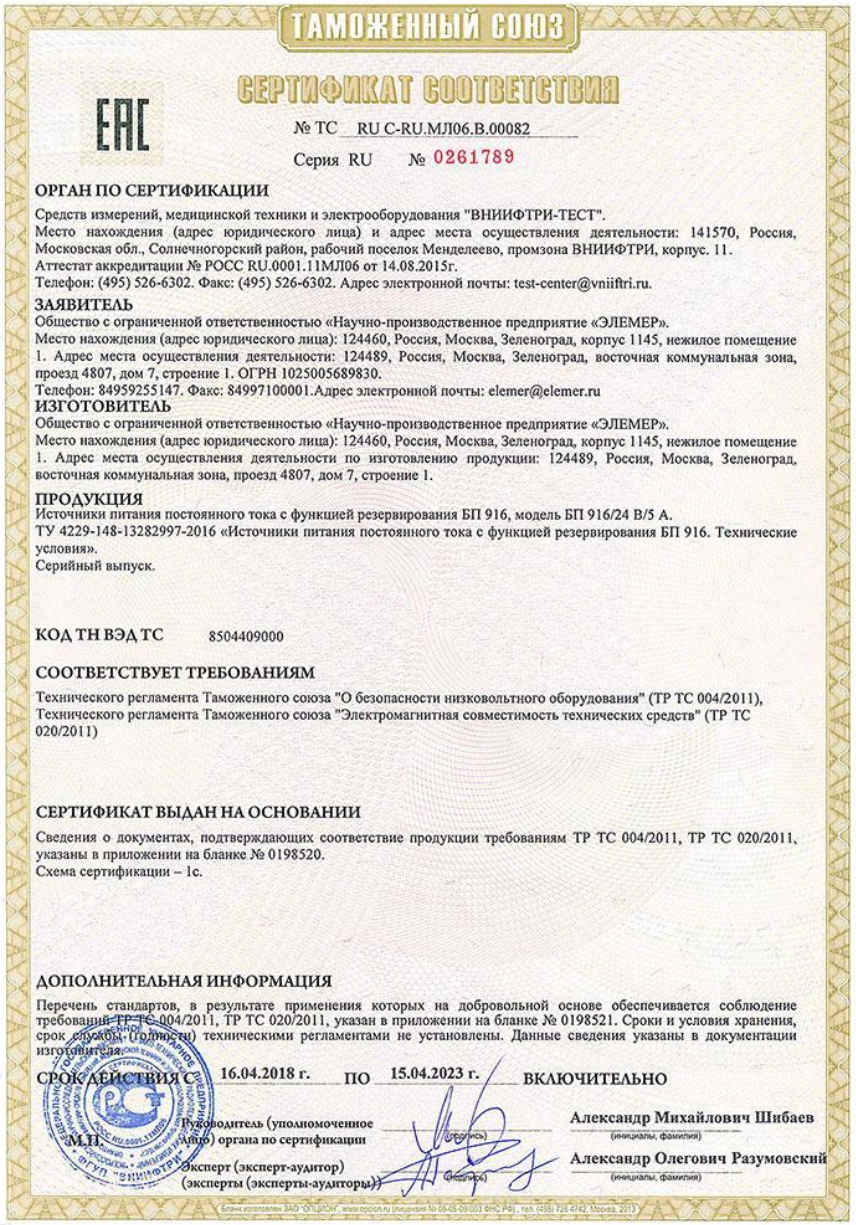
Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016)

Федеральным законом, Законом Российской Федерации от 7 февраля 1992 года N 2300-1 "О защите прав потребителей", другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации,

законами субъектов Российской Федерации, иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Бытовая техника и электроприборы относятся к низковольтному оборудованию и выпускаются в обращение на рынке при подтверждении соответствия (сертификации) требованиям технических регламентов Таможенного союза. Законодательством Российской Федерации установлена обязательная сертификация электроприборов на соответствие требованиям технических регламентов Таможенного союза: ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования», который утвержден решением Комиссии Таможенного союза № 768 от 16 августа 2011 г. ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств», который утвержден решением Комиссии Таможенного союза № 879 от 9 декабря 2011 г.

2.2. Анализ системы подготовки организации к добровольной сертификации услуг



ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ

EAC

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ ТС RU C-RU.MJ06.B.00082

Серия RU № 0261789

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ

Средств измерений, медицинской техники и электрооборудования "ВНИИФТРИ-ТЕСТ".
Место нахождения (адрес юридического лица) и адрес места осуществления деятельности: 141570, Россия, Московская обл., Солнечногорский район, рабочий поселок Менделеево, промзона ВНИИФТРИ, корпус. 11.
Аттестат аккредитации № РОСС RU.0001.11MJ06 от 14.08.2015г.
Телефон: (495) 526-6302. Факс: (495) 526-6302. Адрес электронной почты: test-center@vniiftri.ru.

ЗАЯВИТЕЛЬ

Общество с ограниченной ответственностью «Научно-производственное предприятие «ЭЛЕМЕР».
Место нахождения (адрес юридического лица): 124460, Россия, Москва, Зеленоград, корпус 1145, нежилое помещение 1. Адрес места осуществления деятельности: 124489, Россия, Москва, Зеленоград, восточная коммунальная зона, проезд 4807, дом 7, строение 1. ОГРН 1025005689830.
Телефон: 84959255147. Факс: 84997100001.Адрес электронной почты: elemer@elemer.ru

ИЗГОТОВИТЕЛЬ

Общество с ограниченной ответственностью «Научно-производственное предприятие «ЭЛЕМЕР».
Место нахождения (адрес юридического лица): 124460, Россия, Москва, Зеленоград, корпус 1145, нежилое помещение 1. Адрес места осуществления деятельности по изготовлению продукции: 124489, Россия, Москва, Зеленоград, восточная коммунальная зона, проезд 4807, дом 7, строение 1.

ПРОДУКЦИЯ

Источники питания постоянного тока с функцией резервирования БП 916, модель БП 916/24 В/5 А.
ТУ 4229-148-13282997-2016 «Источники питания постоянного тока с функцией резервирования БП 916. Технические условия».
Серийный выпуск.

КОД ТН ВЭД ТС 8504409000

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ

Технического регламента Таможенного союза "О безопасности низковольтного оборудования" (ТР ТС 004/2011), Технического регламента Таможенного союза "Электромагнитная совместимость технических средств" (ТР ТС 020/2011)

СЕРТИФИКАТ ВЫДАН НА ОСНОВАНИИ

Сведения о документах, подтверждающих соответствие продукции требованиям ТР ТС 004/2011, ТР ТС 020/2011, указаны в приложении на бланке № 0198520.
Схема сертификации – 1с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Перечень стандартов, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований ТР ТС 004/2011, ТР ТС 020/2011, указан в приложении на бланке № 0198521. Сроки и условия хранения, срок службы (годности) техническими регламентами не установлены. Данные сведения указаны в документации изготовителя.

СРОК ДЕЙСТВИЯ С 16.04.2018 г. **ПО** 15.04.2023 г. **ВКЛЮЧИТЕЛЬНО**

М.П.

Руководитель (уполномоченное лицо) органа по сертификации — (подпись) — Александр Михайлович Шибаев (инициалы, фамилия)

Эксперт (эксперт-аудитор) (эксперты (эксперты-аудиторы)) — (подпись) — Александр Олегович Разумовский (инициалы, фамилия)

Бланк изготовлен ЗАО "ОПЦИОН", www.opcion.ru (лицензия № 05-05-09/003 ФНС РФ), тел. (495) 726 4742, Москва, 2013

EAC

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ

ДЕКЛАРАЦИЯ О СООТВЕТСТВИИ

Заявитель Общество с ограниченной ответственностью «ДС Компания».
Основной государственный регистрационный номер: 1107746937374.
Место нахождения: 105037, Российская Федерация, город Москва, улица 3-я Парковая, дом 9, квартира 18
Телефон: 79295245611, адрес электронной почты: dc.company2000@gmail.com

в лице Генерального директора Ежова Олега Олеговича

заявляет, что

Сканеры моделей: BCI-1005, BCI-1005/270, BO/CO MH 190, BO/CO MH 140, BO MH 165, BO MH 140
Продукция изготовлена в соответствии с Директивами 2014/35/ЕС «Низковольтное оборудование», 2014/30/ЕС «Электромагнитная совместимость»

изготовитель « ».
Место нахождения: ИТАЛИЯ, Via , 2/2F, 40069 BO

код ТН ВЭД ЕАЭС 9031 80 910 0
Серийный выпуск

соответствует требованиям
Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 004/2011 "О безопасности низковольтного оборудования";
Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 020/2011 "Электромагнитная совместимость технических средств"

Декларация о соответствии принята на основании
протоколов испытаний №№ 16/01/14192, 16/01/14I93 от 13.01.2017 года, выданных испытательной лабораторией "СМ-ТЕСТ", аттестат аккредитации регистрационный номер РОСС RU.0001.21MP23; руководства по эксплуатации; паспорта

Схема декларирования: 3д

Дополнительная информация
Условия хранения продукции в соответствии с требованиями ГОСТ 15150-69. Срок хранения (службы, годности) указан в прилагаемой к продукции эксплуатационной документации. Стандарты, обеспечивающие соблюдение требований Технических регламентов Таможенного союза ТР ТС 004/2011 "О безопасности низковольтного оборудования"; ТР ТС 020/2011 "Электромагнитная совместимость технических средств": ГОСТ 12.2.091-2012 "Безопасность электрического оборудования для измерения, управления и лабораторного применения. Часть 1. Общие требования", ГОСТ Р МЭК 61326-1-2014 "Оборудование электрическое для измерения, управления и лабораторного применения. Требования электромагнитной совместимости. Часть 1. Общие требования"

Декларация о соответствии действительна с даты регистрации по 06.07.2022 **включительно.**

"ДС Компания" МОСКВА

(подпись) — Ежов Олег Олегович

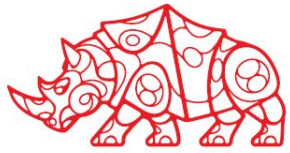
(инициалы и фамилия руководителя организации-заявителя или физического лица, зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя)

М.П.

Регистрационный номер декларации о соответствии: ЕАЭС № RU Д-IT.A301.B.07399
Дата регистрации декларации о соответствии 07.07.2017

2.3. Анализ материально-технической базы торгового предприятия

- Торговое предприятие расположено на 1 этаже двухэтажного здания. Общая площадь данного магазина - 374 м^2; при этом торговая площадь - 298 м^2; подсобные помещения - 33 м^2; административно-бытовые помещения - 43 м^2.
- торговая площадь занимает 79% общей площади магазина, что говорит о эффективном использовании площадей в магазине. В зарубежной практике торгового дела наиболее приемлемым является соотношение торговой площади и неторговой площади магазина, как 70% и 30% соответственно, что обусловлено функциями розничного торгового звена.
- Часть площади торгового зала отводится под зоны для проходов покупателей. Ширина проходов устанавливается строительными нормами и правилами. Однако при определении ширины проходов в магазине следует учитывать плотность покупательского потока, т.е. число покупателей, приходящихся на единицу площадей. Для создания комфортных условий для перемещения покупателей необходимо от 4 до 10 м^2 торговой площади на покупателя.
- Зона для проходов покупателей занимает площадь 152 м^2, что составляет 51% общей площади торгового зала. Обычно в магазине одновременно находятся не более 20 покупателей, следовательно, на 1 покупателя приходится 152/20 = 7,6 м^2.
- Мебель для торгового предприятия играет важную роль в рациональной организации торгово-технологического процесса в магазине. Она широко применяется при выполнении различных операций, связанных с приемкой, хранением и продажей товаров.



2.3. Анализ материально-технической базы торгового предприятия

Рисунок 6. Планировка торгового зала ООО «Мега»

2.4. Анализ приемки товаров по количеству и качеству и ее документального оформления

Планирование закупок и снабжение в ООО ООО «Мега» можно условно разделить на два процесса: текущее планирование и оперативное.

Текущее планирование включает в себя определение потребностей потребителей на планируемый квартал текущего года исходя из имеющейся информации за прошедшие периоды.

Данный размер партии продукции впоследствии должен будет удовлетворить спрос потребителей в планируемом квартале.

Организация процесса закупок в ООО «Мега» имеет определенные этапы:

1. Определение потребности в материальных ресурсах.

2.Определение нужных характеристик и количества товаров и услуг.

3. Анализ и определение возможных источников снабжения.

4. Определение цены и условий закупок.

5. Подготовка и размещение заказа на закупку.

6. Контроль выполнения заказа и/или экспедирование.

7. Получение и проверка товаров.

8. Обработка счета и оплата.

9. Учет поступлений материальных ресурсов

Отобразить правила и порядок приемки товаров в торговом предприятии

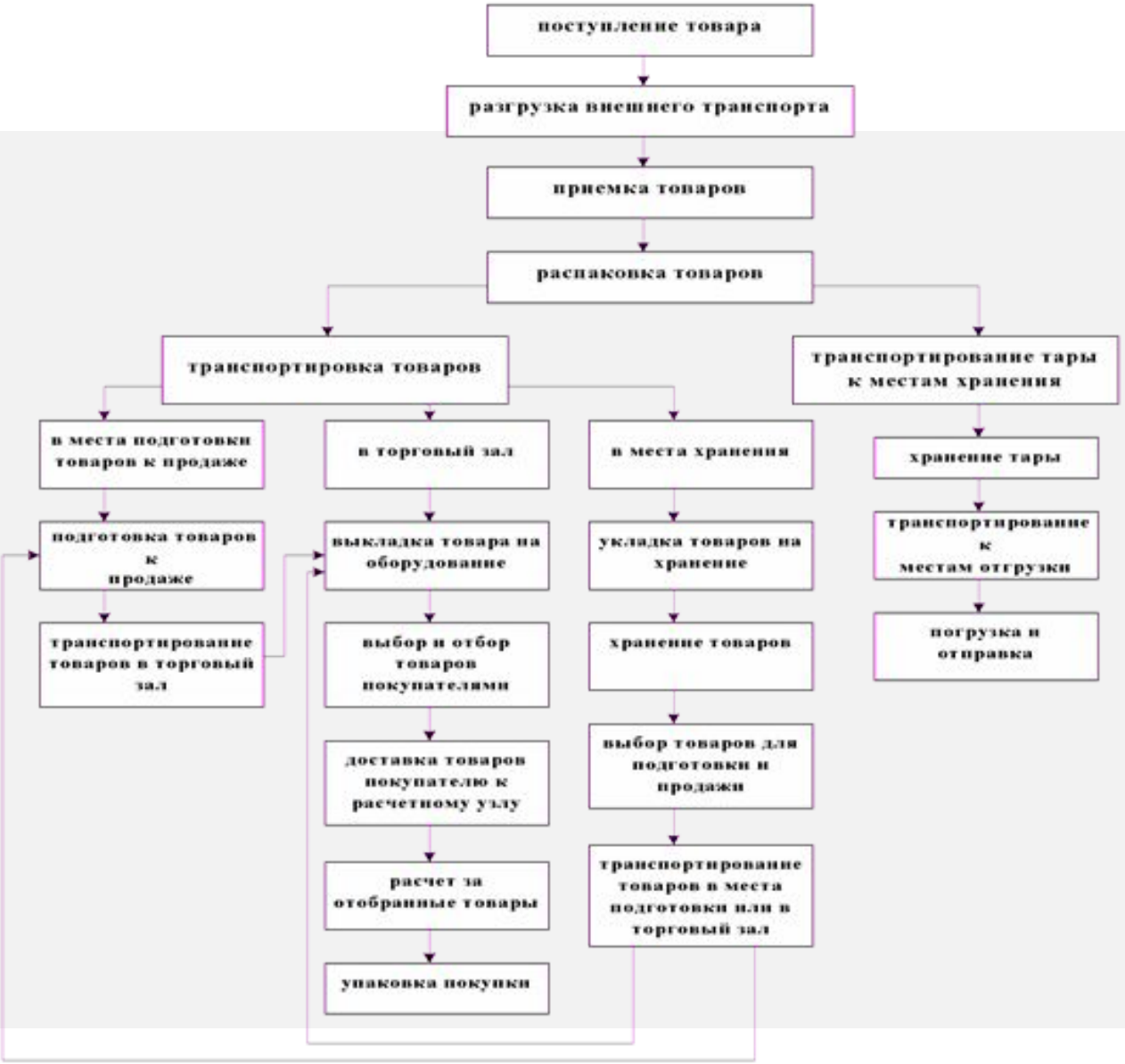
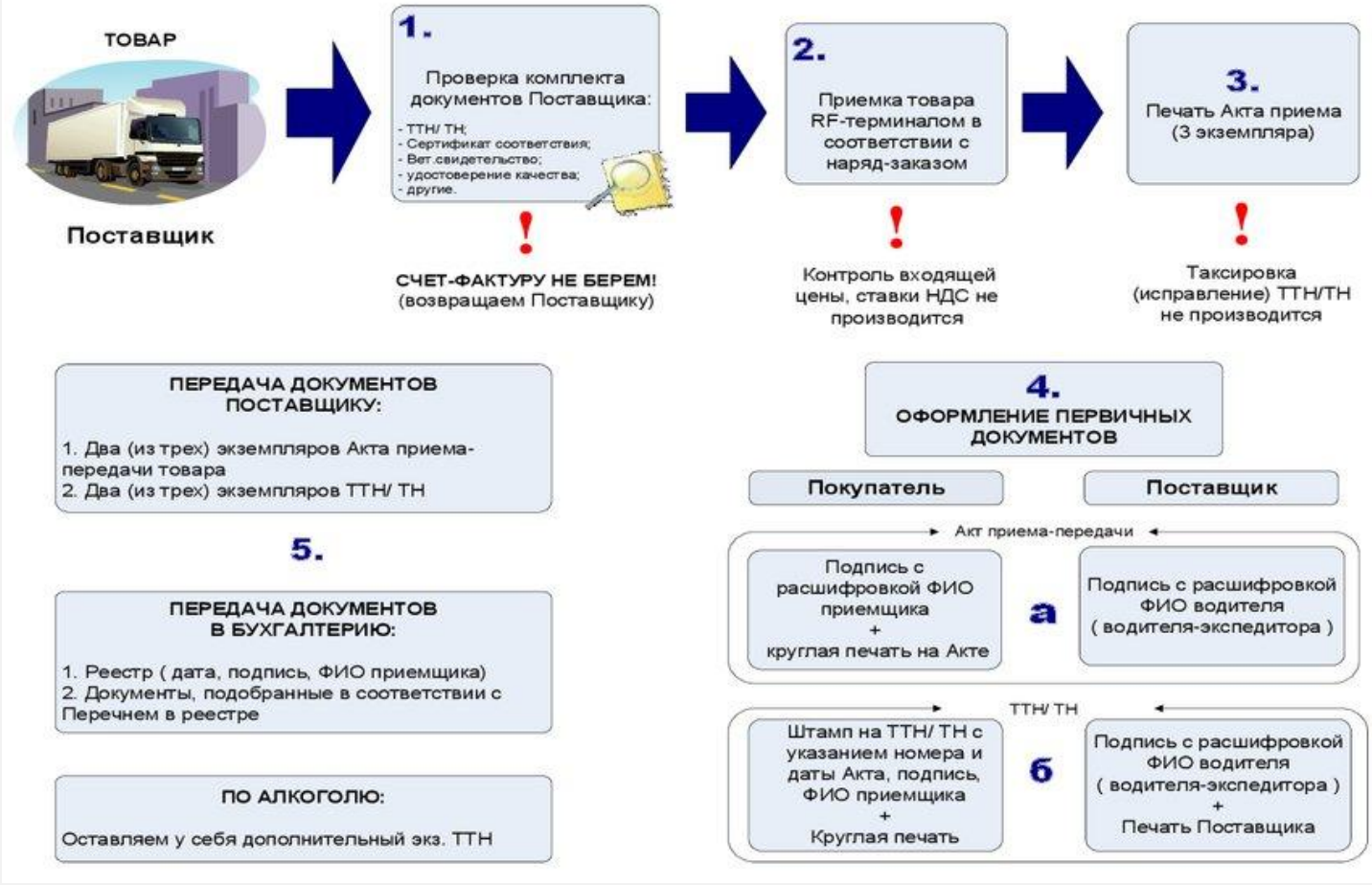


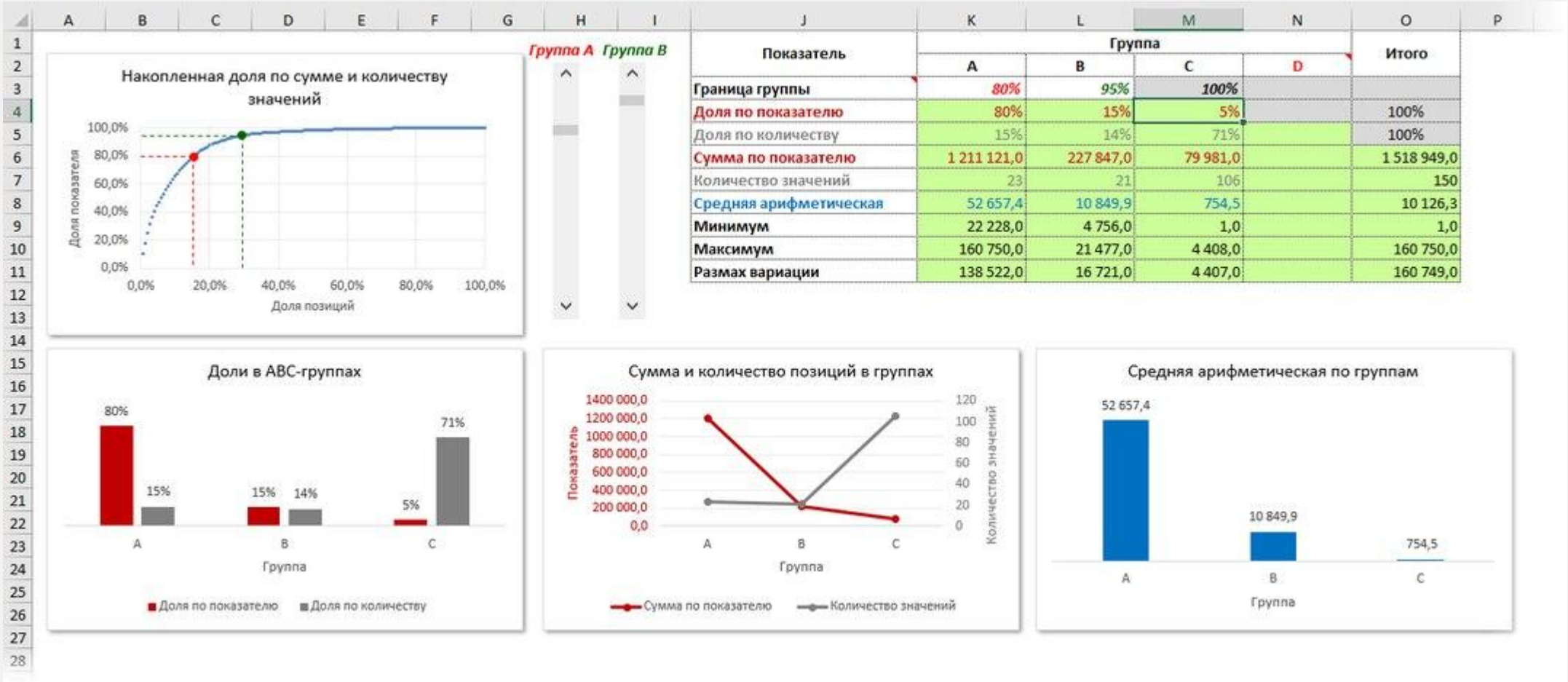
Рисунок 7. Правила и порядок приемки товаров в ООО «Мега»

Порядок приемки товаров в ООО «Мега»

СХЕМА ПРИЕМКИ ТОВАРА



ABC-анализ



Показатель	Группа				Итого
	A	B	C	D	
Граница группы	80%	95%	100%		
Доля по показателю	80%	15%	5%		100%
Доля по количеству	15%	14%	71%		100%
Сумма по показателю	1 211 121,0	227 847,0	79 981,0		1 518 949,0
Количество значений	23	21	106		150
Средняя арифметическая	52 657,4	10 849,9	754,5		10 126,3
Минимум	22 228,0	4 756,0	1,0		1,0
Максимум	160 750,0	21 477,0	4 408,0		160 750,0
Размах вариации	138 522,0	16 721,0	4 407,0		160 749,0

Краткая характеристика товарного ассортимента, реализуемого в торговом предприятии (магазине)

№	Наимено-вание товара	Объем продаж за январь	Объем продаж за февраль	Объем продаж за март	ИТОГО за 1 квар-тал	Доля в обороте, %	Доля в обороте с накопительным итогом, %	Группа
	ВСЕГО	25 768 597	27 989 805	28 417 172	82 175 574	100		
1	артикул 1	4 261 839	4 935 138	5 554 406	14 751 383	18,0	18,0	A
2	артикул 2	2 843 604	2 864 589	2 684 156	8 392 348	10,2	28,2	A
3	артикул 3	2 365 045	2 434 971	2 676 025	7 476 041	9,1	37,3	A
4	артикул 4	2 304 590	2 764 005	2 387 460	7 456 055	9,1	46,3	A
5	артикул 8	1 469 487	1 633 495	1 378 063	4 481 044	5,5	51,8	B
6	артикул 9	1 493 441	1 607 297	1 322 562	4 423 301	5,4	57,2	B
7	артикул 10	1 429 479	1 441 863	1 572 785	4 444 127	5,4	62,6	B
8	артикул 11	1 232 124	1 256 134	1 298 476	3 786 735	4,6	67,2	B
9	артикул 12	1 270 329	1 258 592	1 242 264	3 771 185	4,6	71,8	B
10	артикул 13	1 122 437	1 206 474	1 423 134	3 752 045	4,6	76,3	B
11	артикул 16	1 193 924	1 182 654	1 294 896	3 671 474	4,5	80,8	C
12	артикул 17	1 192 063	1 195 419	1 246 746	3 634 229	4,4	85,2	C
13	артикул 18	1 113 179	1 181 049	1 185 532	3 479 759	4,2	89,5	C
14	артикул 19	975 941	1 109 670	1 182 483	3 268 094	4,0	93,4	C
15	артикул 20	816 397	899 662	836 181	2 552 240	3,1	96,5	C
16	артикул 21	191 358	504 979	546 496	1 242 833	1,5	98,1	C
17	артикул 22	130 222	108 017	102 732	340 971	0,4	98,5	C
18	артикул 23	96 296	112 453	131 516	340 264	0,4	98,9	C
19	артикул 27	75 371	125 701	121 977	323 049	0,4	99,3	C
20	артикул 30	93 630	79 715	123 497	296 842	0,4	99,6	C
21	артикул 31	97 843	87 926	105 787	291 556	0,4	100,0	C

Рисунок 8 – АВС - анализ товарного ассортимента электротоваров ООО «Мега»

2.5. Оценка влияния факторов внешней и внутренней среды на возникновение коммерческих рисков

Рисунок 9. Анализ факторов внешней и внутренней среды на возникновение коммерческих связей ООО «Мега»

Влияние факторов внешней среды на деятельность торгового предприятия ООО«Мега»

Факторы, которые влияют на уровень финансовых рисков

Рисунок 10. Анализа влияния факторов внешней среды на деятельность торгового предприятия ООО «Мега»

III. Проектно-экспериментальная часть. Экспериментально-практическая работа

3.1. Анализ и оценка торгово-технологических операций по организации хранения товарных запасов, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации

- Товарные запасы, которые формируются на ООО «Мега», по своему назначению разделяются на: текущего хранения; досрочного их завоза. основной массой всех запасов предприятия торговли являются товарные запасы первой позиции, то есть текущего хранения, и это вполне естественно. Они необходимы для налаживания процесса бесперебойной реализации товаров в данном периоде времени. Их следует постоянно пополнять, не допуская «провалов» - отсутствия тех или иных товаров в продаже.
- Комплекс общих операций предварительной подготовки товаров к продаже включает распаковку товаров, их облагороженным (предоставление товарам товарного вида), сортировка, проверка цен и маркировке товаров (заполнение ярлыков и ценников, и т.д.), комплектование подарочных наборов и подготовку товаров к подаче на рабочее место.
- На фоне другой продукции должны быть выделены «ТОП -позиции».
- Например, к ним относится товар, который нужно продать в первую очередь.
- Акцентировать внимание на нем можно посредством выкладки большого количества одинаковой продукции в виде горки или пирамиды.
- Вторым инструментом для выделения является цвет упаковки или мини-вывесок.
- Лучше всего подходят красные тона и желто-оранжевые оттенки.

Оценка этапов торгово-технологического процесса

Рисунок 11. Этапы торгово-технологического процесса ООО «Мега»

Склад торгового предприятия – базы практики

Рисунок 12. Фото склада торгового предприятия ООО «Мега»

Оценка применяемых в торговом предприятии технологий оптовых (розничных) продаж

Преимущества	Недостатки
возможность личного контакта с потенциальными покупателями;	стимулирование сбыта оказывает краткосрочное действие на увеличение объема продаж
большой выбор средств стимулирования сбыта	выступает в качестве поддержки других форм продвижения; требует наличие рекламы
покупатель может получить что-то ценное и больший объем информации о фирме;	имидж фирмы может быть подорван низким качеством элементов стимулирования.
возможность увеличить вероятность импульсной покупки	решение задач стимулирования сбыта достигается с помощью разнообразных средств

Планограмма магазина

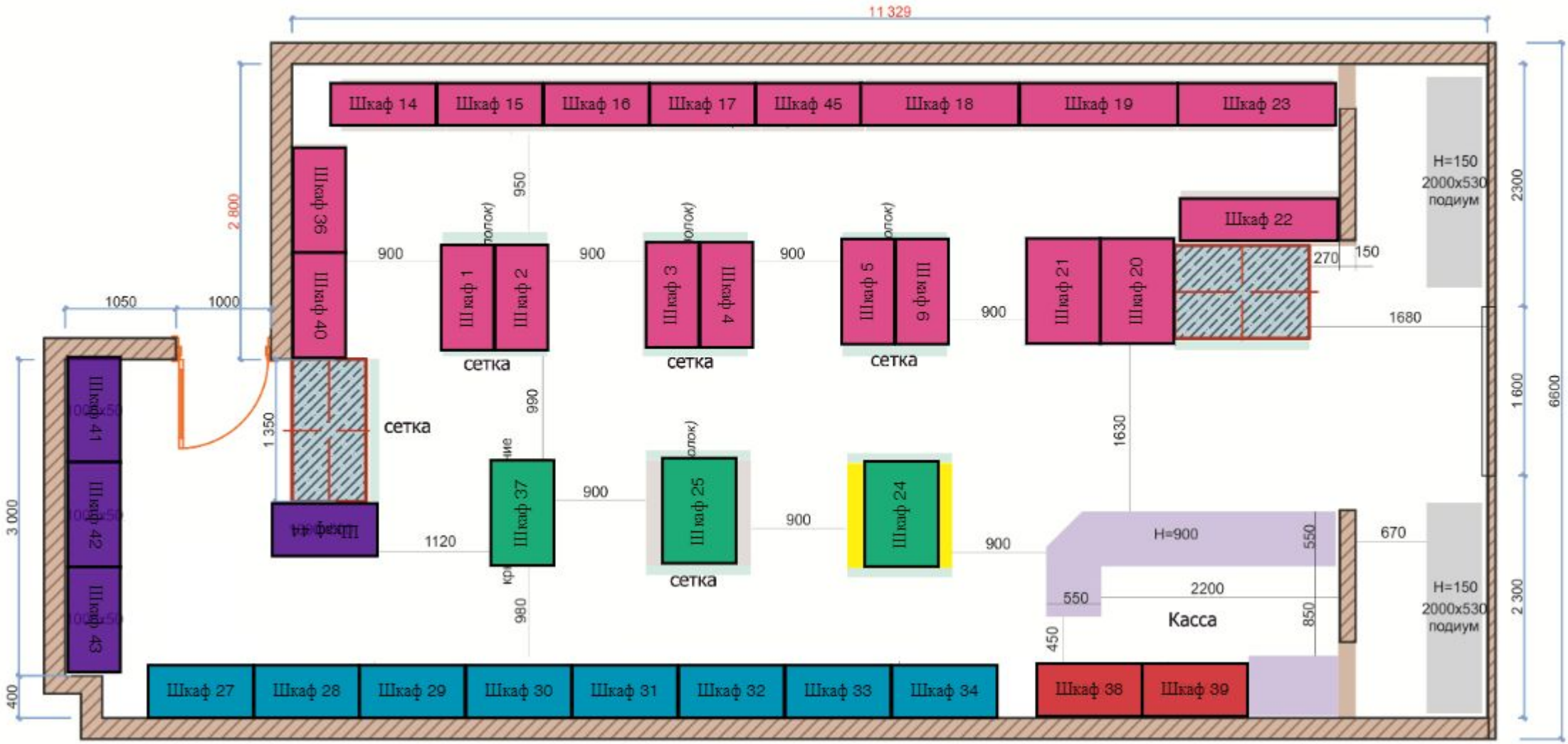
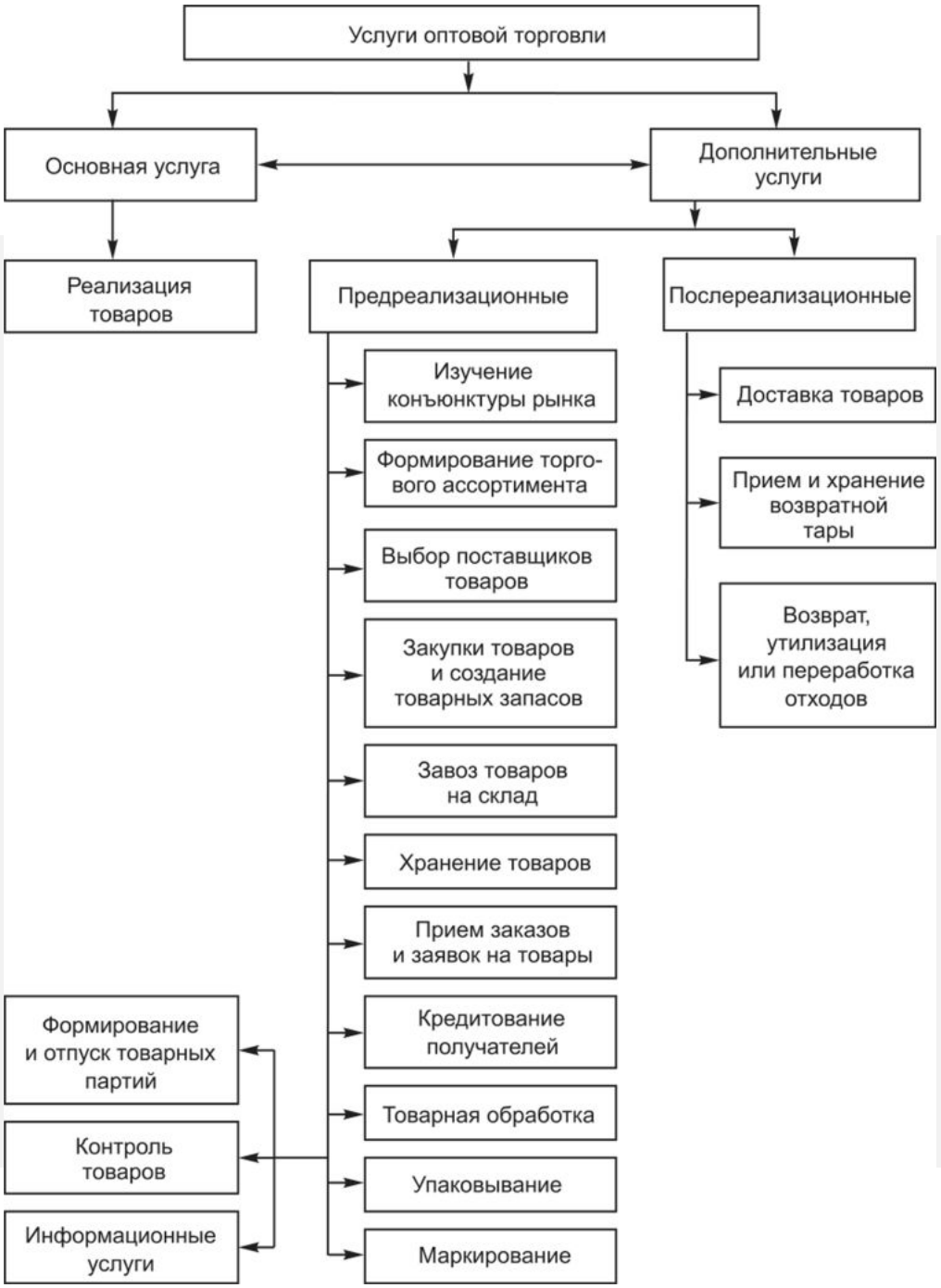


Рисунок 13. Планограмма ООО «Мега»

3.2. Характеристика основных и дополнительных услуг, оказываемых в торговом предприятии

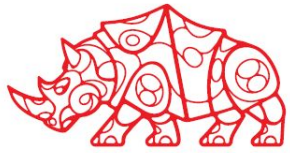
Свойства системы	Свойства РТС
Цель	Обеспечение населения услугами розничной торговли
Функции	Обеспечение необходимого для удовлетворения потребностей населения объема услуг розничной торговли; обеспечение территориальной доступности услуг розничной торговли; создание условий для оказания услуг розничной торговли
Элементы	Объекты розничной торговли
Связи	Конкуренция объектов розничной торговли между собой; разделение труда объектов розничной торговли; взаимодополнение объектов розничной торговли; взаимозамена объектов розничной торговли
Иерархичность	Иерархия объектов вида: – регионального – городского – районного – местного значения; – стационарные – мелкорозничные; – комплексного – редкого – периодического – повседневного спроса
Коммуникативность	Сеть является частью системы более высокого порядка – сферы розничной торговли; сеть состоит из элементов – систем более низкого порядка – объектов розничной торговли
Самоорганизация	Стремление к оптимальному числу элементов посредством конкуренции
Эмерджентность	С развитием появляются новые функции и уровни, не характерные для менее развитых сетей
Эффективность	Степень обеспечения населения услугами розничной торговли

Услуги торговли



Характеристика основных и дополнительных услуг

Таблица - Сравнительная характеристика традиционной и электронной торговли	
Традиционный магазин	Электронный магазин
1 . Торговый зал	Виртуальный магазин
2. Посещение покупателем торгового зала и осмотр товаров на полках магазина	Просмотр покупателем страниц сервера
3. Личный контакт покупателя с продавцом (консультация)	Консультация у продавца (при необходимости) по компьютерной сети или по телефону
4. Выбор покупателем товара	Выбор покупателем товара
5. Заказ товара	Заказ товара через сервер
6. Выписка продавцом и вручение покупателю счета на оплату заказанного товара	Пересылка продавцом по компьютерным сетям покупателю счета на оплату заказанного товара
7. Оплата покупателем счета на товар в кассе магазина наличными деньгами или банковской картой	Оплата покупателем счета по какой-либо системе электронных платежей (банковская карта, электронный чек, цифровые деньги, электродные деньги)



3.3. Оценка складских операций, принципов и условий размещения и хранения товарных запасов на складе

3.4. Эксплуатация торгово-технологического оборудования

Витрины -предназначены для демонстрации товаров внутри магазина. Они состоят из стеклянных стенок и стеклянных полок.

- **Виды витрин:**
- Оконные
- Торговые
- Специализированные
- Узкоспециализированные
- Комбинированные
- Пристенные
- Островные
- **Основные узлы**: вертикальные стойки, рама, дно, крышка, боковые стенки (в основном стеклянные).
- **Приспособления для выкладки товара:** стеклянные полки, кронштейны, штанга.

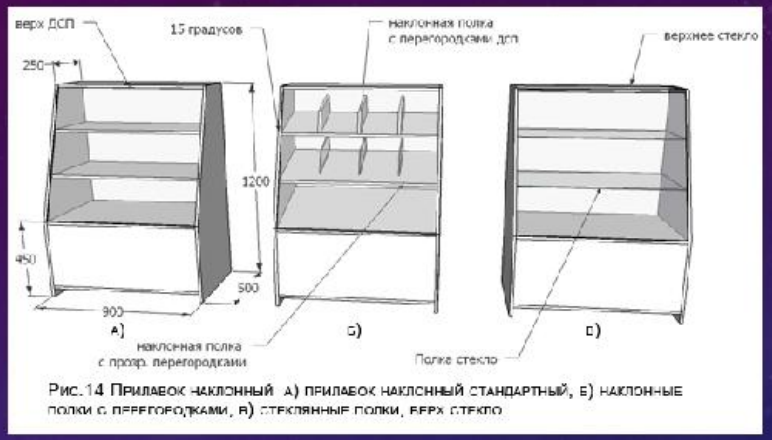


Рис.14 Прилавок наклонный А) прилавок наклонный стандартный, Б) наклонные полки с перегородками, В) стеклянные полки, верх стекло

3.4. Эксплуатация торгово-технологического оборудования

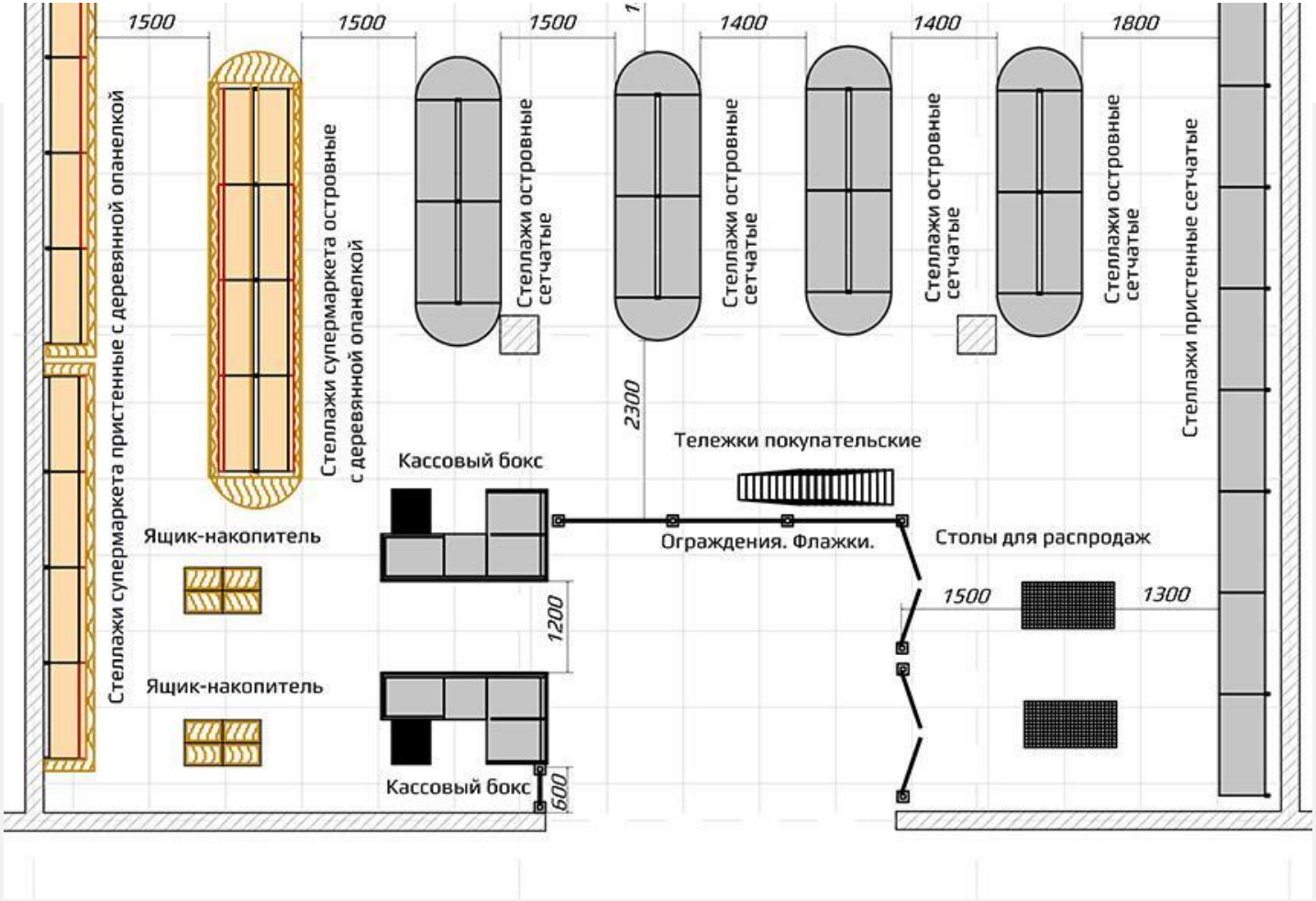


Рисунок 14. Анализ торгового оборудования,
торговой мебели и инвентаря, эксплуатируемыми торговым предприятием

Обработка и анализ полученной информации об объекте практики

Общество с ограниченной ответственностью «Мега» (ООО «Мега»)

Торговое предприятие зарегистрировано 13.11.2007 регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 12 по Омской области

Руководитель организации Манжос Дмитрий Борисович

Юридический адрес г. Омск, ул. Дергачева, д. 26

Основным видом деятельности ООО «Мега» является деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенная в другие группировки, зарегистрировано 25 дополнительных видов деятельности, в том числе и торговля оптовая бытовыми электротоварами.

Организации ООО «Мега» присвоены ИНН 5507200609, ОГРН 1075543007583, ОКПО 82985385.

Магазин обладает современной торговой мебелью - прилавками, горками и витринами.

В подсобных помещениях расположены стеллажи, подтоварники и поддоны.

Компании ООО «Мега» необходимо работать над операционным и организационным развитием, включая:

- форматная структура управления;
- фокус на повышение уровня сервиса и доступности товара на полке;
- повышение качества обслуживания в магазинах;
- развитие контроля качества;
- оптимизация затрат по всем функциональным подразделениям

3.5. Анализ статистических величин в коммерческой деятельности на основе использования основных методов и приемов статистики для решения практических задач

Таблица 1 – Динамика товарооборота ООО«Мега»

Год	Товарооборот, тыс. руб.	Абсолютный прирост товарооборота, тыс. руб.		Темп роста товарооборота, %		Темп прироста товарооборота, %		Значение 1% прироста товарооборота, тыс. руб.	
		пред. год	базис. год	пред. год	базис. год	пред. год	базис. год	пред. год	базис. год
2019	17623,94	-	-	-	-	-	-	-	-
2020	19875,29	2251,35	2251,35	112,8	112,8	12,8	12,8	176,24	176,24
2021	22990,69	3115,40	5366,75	115,7	130,5	15,7	30,5	198,75	176,24

За анализируемый период на торговом предприятии происходит рост объема реализации продукции в стоимостном выражении в 2020 году по сравнению с предыдущим на 2251,35 тыс. руб. (12,8%), в 2021 году по сравнению с 2020годом - на 3115,40 тыс. руб. (15,7%).

3.5. Анализ статистических величин в коммерческой деятельности на основе использования основных методов и приемов статистики для решения практических задач

Таблица 2 –Анализ объема реализации продукции ООО «Мега»

№ п/п	Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Темп прироста, %	
					2021/ 2019	2021/ 2020
1.	Товарооборот, тыс. руб.	17623,94	19875,29	22990,69	30,45	15,67
2.	Объем перевозимых грузов/ грузооборот, т	1756,8	1839,4	1912,5	8,86	3,97
3.	Средняя цена единицы продукции и услуг, руб.	10,03	10,81	12,02	19,83	11,25

Количество реализованной предприятием продукции в 2021г. по сравнению с 2019г. увеличилось на 8,86%, в 2021г. по сравнению с 2020г. - на 3,97%.

Однако объем реализации в стоимостном выражении увеличился на больший процент. Это объясняется резким изменением цены единицы продукции на 8,58% в 2020году и на 11,25% в 2021 году.

Влияние грузооборота в объеме реализации продукции в 2021 году можно определить, исходя из изменения соотношения цен.

1. Увеличение объема реализации за счет увеличения грузооборота продукции составило в 2021 г. по сравнению с 2020 г. 790,21 тыс.руб. ((1912,5-1839,4) *10,81 руб. = 790,21 тыс. руб.).
2. Увеличение объема реализации за счет роста средней цены единицы продукции составило в 2021 г. по сравнению с 2020 г. 2225,67 тыс.руб. ((12,02-10,81) * 1839,4т = 2225,67 тыс.руб.).

Основные показатели экономической деятельности торгового предприятия ООО «Мега» за 2019-2021гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Прирост	
				тыс. руб.	%
1. Выручка от продаж, тыс. руб.	13701,67	22668,84	19765,32	6063,65	44,25
2. Прибыль от продаж, тыс. руб.	3562,43	7254,03	5534,29	1971,86	55,35
3. Себестоимость, тыс. руб.	10271,36	16358,87	14989,14	4717,78	45,93
4. Среднесписочная численность работающих, чел.	27	33	36	9	19,15
5. Фонд оплаты труда, тыс. руб.	5520,72	6328,91	7009,85	1489,13	26,97
6. Сумма выручки на рубль заработной платы, руб.	2,48	3,58	2,82	0,34	13,71
7. Среднегодовая выработка 1 работника, тыс. руб.	64,39	73,57	97,47	33,08	51,37

Таким образом, можно сделать вывод, что в 2021 году рост объема реализации продукции связан в первую очередь с ростом цены на продукцию предприятия ООО «Мега».
Результаты анализа свидетельствуют о том, что на предприятии ООО «Мега» слабо ведется работа по использованию внутренних организационных и экономических резервов, которые позволяют увеличить объем реализации продукции предприятия ООО «Мега».

Выводы и рекомендации по итогам прохождения учебной практики

Результаты анализа свидетельствуют о том, что на предприятии ООО «Мега» слабо ведется работа по использованию внутренних организационных и экономических резервов, которые позволяют увеличить объем реализации торговой продукции предприятия в целом.

Излишние (сверхнормативные) товарные запасы приводят к увеличению затрат по их содержанию, что негативно влияет на прибыль; к дополнительному привлечению источников финансирования, замедлению оборачиваемости вложенных средств, что способствует ухудшению финансовой устойчивости и платежеспособности.

Стоит отметить, что на исследуемом предприятии необходимо совершенствовать механизм управления товарными запасами, что позволит:

- Целесообразно и рационально накапливать запасы материалов и изделий.
- Обеспечивать предприятия и организации средствами производства.
- Достигать полной качественной и количественной сохранности материальных ценностей.
- Своевременно выявлять излишние и не пользующиеся спросом потребителей материальные ресурсы и товары.
- Организовывать доставку материалов и товаров непосредственно потребителям.
- Предоставлять экономическую информацию о наличии запасов, их поступлении и расходе статистическим, социологическим органам, а также структурам государственного управления.