

Образовательная автономная некоммерческая организация
высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

«УТВЕРЖДАЮ»

Исполнительный директор

_____/ А.В. Нестерова
М.П.

Индивидуальное задание

по производственной практике

по профессиональному модулю ПМ.03 «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров», предусмотренному ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

шифр и номер группы

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ
(Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ ¹
1.	Ознакомиться с форматом проведения практики, исходными данными и перечнем отчетных документов по практике.	
2.	Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов	
3.	Изучение общей информации об организации и организационной структуре торгового предприятия – объекта практики. Дать общую организационную характеристику промышленного (оптового, розничного) предприятия: указать вид и сферу деятельности, организационно-правовую форму, специализацию, лицензирование торговой деятельности по отдельным группам товаров, экономику района деятельности торгового предприятия; рынки, на которых действует торговая организация, диапазон цен на рынке, соотношение спроса и предложения. Проанализировать организационную структуру торговой организации. В зависимости от типа взаимосвязей между участниками процесса управления определить разновидность организационной структуры управления предприятием. Составить схему и дать краткую характеристику выбранного типа, сформулировать преимущества и недостатки. Изучить основные нормативные документы организации по реализации основных направлений уставной деятельности. Изучить организационную структуру отдела маркетинга и продаж, функциональные обязанности работающих сотрудников	

	<p>и менеджера по продажам. Рассмотреть взаимосвязь отдела с другими подразделениями торговой организации.</p> <p>Изучить последовательность маркетинговых мероприятий, применяемых в торговой организации.</p> <p>Проанализировать потребителей, особенности их поведения.</p>	
4.	<p>Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников. Рассмотреть рынок товаров и услуг предприятия – базы прохождения практики.</p> <p>Изучить порядок определения целевых сегментов рынка (приоритетность различных сегментов рынка) и их состав, характеристику основных групп покупателей.</p> <p>Дать характеристику сегмента рынка торгового предприятия.</p> <p>Дать характеристику клиентов и проанализировать конкурентов.</p> <p>Выявить потребности (спрос) на товары и определить соответствующие типы маркетинга.</p> <p>Выявить методы изучения и прогнозирования покупательского спроса.</p> <p>По видам продукции, выпускаемым предприятием, или выполняемых услуг, описать состояние спроса, дать характеристику факторов, влияющих на спрос (возраст, доход, состав семьи и др.). Представить в отчете макет опросного листа (анкеты) для выявления предпочтений разных товаров (услуг).</p> <p>Провести анализ реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.</p> <p>Описать опыт торгового предприятия по организации сбыта.</p> <p>Составить схему каналов распределения.</p> <p>Описать стратегии ценообразования, принятые на предприятии на производимые товары (услуги), выявить мероприятия по стимулированию потребителей и персонала.</p>	
5.	<p>Рассмотреть формирование ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации. Определить соответствие номенклатуры показателей качества товаров нормативным документам:</p> <p>Определить вид ассортимента исследуемой торговой организации по числу учитываемых признаков (сложный или простой), по степени детализации (укрупненный или развернутый).</p> <p>Изучить структуру ассортимента и произвести расчет широты, полноты, степени новизны и устойчивости ассортимента торговой организации (магазина).</p> <p>Ознакомиться с ассортиментным перечнем товаров исследуемой торговой организации (магазина), порядком утверждения и контролем за его соблюдением. Провести анализ ассортиментной политики исследуемой организации, определить соответствие номенклатуры показателей качества товаров нормативным документам.</p>	
6.	<p>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых знаний, умений и практического опыта работы по специальности.</p> <p>Провести классификацию, оценку качества, диагностику дефектов, градацию качества товаров, идентификацию их ассортиментной принадлежности согласно действующим</p>	

	<p>нормам и правилам:</p> <p>Ознакомиться с опытом работы торговой организации по оценке качества товаров (текущий и отпускной контроль). Выявить показатели, по которым оценивается качество товаров в торговой организации.</p> <p>Установить наличие и перечислить фонд нормативных документов для оценки качества товаров (технические регламенты, стандарты, ТУ, положения, договоры и др.).</p> <p>Ознакомиться с документами, подтверждающими соответствие установленных требований к качеству (сертификаты и/или декларации соответствия, удостоверения о качестве и др.).</p> <p>Приложить копии этих документов к дневнику практики (по возможности).</p> <p>Принять участие в оценке качества по органолептическим показателям. Осуществить отбор образцов из товарных партий для текущего контроля или отправки в испытательную лабораторию.</p> <p>Определить категории качества (товарных сортов, стандартных, нестандартных товаров, брака и отхода).</p> <p>Произвести и описать диагностику дефектов. Выявить и перечислить критические, значительные и малозначительные дефекты. Перечислить методы утилизации дефектной продукции.</p> <p>Приобрести умения рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию:</p> <p>Исследовать сведения о товарных потерях однородной товарной группы и разработать мероприятия по их снижению.</p> <p>Приобрести умения оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями:</p> <p>Перечислить средства информации, используемые в исследуемой торговой организации. Выявить и установить соответствие данных, приведенных на маркировке товаров, регламентированным действующими стандартами требованиям (на примере 2-3 товаров однородных или разнородных групп). Отметить наличие на маркировке информационных знаков и привести их расшифровку.</p> <p>Изучить состояние работы по использованию сведений на маркировке для информации покупателей и создания у них потребительских предпочтений.</p> <p>Приобрести умения контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохранность, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов:</p> <p>Описать условия и сроки хранения исследуемой товарной группы.</p> <p>Ознакомиться с товаросопроводительными документами: упаковочными ярлыками; квитанциями станций назначения; пломб от тарных мест, в которых обнаружена недостача; транспортными документами (товаротранспортными накладными); документами, удостоверяющими полномочия представителя, выделенного для участия в приемке;</p>	
--	--	--

	<p>документами, содержащими данные отвесов и обмера.</p> <p>Приобрести умения обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями:</p> <p>Описать санитарно-эпидемиологические требования, предъявляемые к однородной группе товаров и упаковке.</p> <p>Приобрести умения производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные:</p> <p>Охарактеризовать единицы измерения исследуемой однородной группы товаров.</p> <p>Приобрести умения работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю:</p> <p>Дать характеристику документов по подтверждению соответствия на примере однородной группы товаров.</p>	
7.	<p>Обработка и анализ полученной информации об объекте практики.</p> <p>Осуществить комплексный анализ полученной информации на основе сравнения с пройденным по профессиональному модулю ПМ.03 «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров» теоретическим материалом, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформулировать выводы по результатам анализа работы структурного подразделения, осуществляющего маркетинговую деятельность в организации; - представить характеристику сегментов потребителей (по уровню доходов, сумме и повторяемости покупок, возрасту, полу и др.); - разработать собственные рекомендации и предложения по совершенствованию ассортиментной политики исследуемой торговой организации (магазина); - разработать предложения по улучшению оценочной деятельности в организации и списанию дефектной продукции. 	
8.	<p>Оформить отчет по практике. Следует обобщить полученную информацию, сформулировать закреплённые и приобретенные знания, навыки и умения и представить это в текстовом формате</p> <p>Оформить справку, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики.</p>	

Обучающийся индивидуальное задание получил: _____

(подпись)

(расшифровка)

Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком. Даты необходимо уточнить у куратора учебной группы.

Образовательная автономная некоммерческая организация

высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики

по профессиональному модулю ПМ 03 «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров» предусмотренных ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

группы _____

шифр и номер группы

(Ф.И.О.)

ДЦО.РФ

INFO@ДЦО.РФ

Содержание

Введение.....	7
Характеристика основных функций менеджера по продажам.....	8
Основная часть.....	13
Заключение.....	13
Приложения.....	27
Литература.....	27

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ ПО ПРАКТИКЕ

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

Введение

Основная цель производственной практики – получение информации и приобретение практических навыков, связанных с коммерческой деятельностью предприятия.

Основные задачи практики:

- участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции;
- на своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение, принимать товары по количеству и качеству ;
- уметь идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли;
- изучить основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли;
- применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения;
- применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков;
- освоить приемы, методы обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

Характеристика основных функций менеджера по продажам

Менеджер по продажам - это член организации, осуществляющий управленческую

деятельность и решающий управленческие задачи. С полной ответственностью можно утверждать, что менеджеры по продажам являются ключевыми людьми в организации. Однако не все менеджеры играют одинаковую роль в организации, не все менеджеры занимают одинаковую позицию в организации, задачи, решаемые различными менеджерами, далеко неодинаковы и, наконец, функции, выполняемые отдельными менеджерами, тоже не идентичны.

Это связано с тем, что в организации существует иерархия, с тем, что в организации выполняются различные функции, и, наконец, с тем, что существуют различные виды управленческой деятельности.

Организация не может существовать без менеджеров, и для этого существует ряд причин: менеджеры обеспечивают выполнение организацией ее основного предназначения; менеджеры проектируют и устанавливают взаимодействие между отдельными операциями и действиями, выполняемыми в организации; менеджеры разрабатывают стратегии поведения организации в изменяющемся окружении; менеджеры обеспечивают служение организации интересам тех лиц и учреждений, которые контролируют организацию; менеджеры являются основным информационным звеном связи организации с окружением; менеджеры несут формальную ответственность за результаты деятельности организации; менеджеры официально представляют организацию в церемониальных мероприятиях.

Являясь субъектом осуществления управленческой деятельности, менеджеры играют в организации ряд разнообразных ролей. Среди них можно выделить разные роли.

Планирование - это вид управленческой деятельности, связанной с составлением планов организации и ее составных частей. Планы содержат перечень того, что должно быть сделано, определяют последовательность, ресурсы и время выполнения работ, необходимые для достижения поставленных целей. Организация - вторая функция управления, задачей которой является формирование структуры организации, а также обеспечение, всем необходимым для ее нормальной работы - персоналом, материалами, оборудованием, зданиями, денежными средствами и др.; Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности, для достижения личных целей или целей организации.

Контроль - это управленческая деятельность, задачей которой является количественная и качественная оценка и учет результатов работы организации. Чтобы быть хорошим менеджером вам надо быть психологом. Быть психологом - значит знать, понимать людей и отвечать им взаимностью. В этом во многом поможет язык жестов и телодвижений. Изучив этот язык менеджер сможет лучше понимать людей, их действия,

чем они обоснованы, сможет добиться взаимного согласия, доверия людей, а это самое главное.

Это способствует заключению выгодных сделок и многому другому. Хороший менеджер по продажам должен быть и организатором, и другом, и учителем, и экспертом в постановке задач, и лидером, и человеком, умеющим слушать других и все это только для начала. Он должен знать в совершенстве своих прямых подчиненных, их способности и возможности выполнения конкретной поручаемой им работы.

Менеджер должен знать условия, связывающие предприятие и работников, защищать интересы тех и других на справедливой основе, устранять неспособных с целью удержания единства и правильности функционирования фирмы. Менеджер по продажам должен быть лидером, достойным подражания. На этом необходимо остановиться и рассказать подробнее. Главная задача менеджера по продажам - делать дело при помощи других людей, добиваться коллективной работы. Это значит сотрудничество, а не запугивание.

Хорошего менеджера всегда заботят и интересы всей фирмы. Он стремится сбалансировать интерес группы, интересы босса и других менеджеров, необходимость выполнения работы с необходимостью найти время для обучения, производственные интересы с человеческими потребностями подчиненных. Для того, чтобы обеспечить рациональное осуществление торгово-технологического процесса в магазине, необходима хорошо продуманная система управления всеми его операциями. Это позволит более эффективно использовать помещения магазина, торгово-технологическое оборудование, рабочую силу и в конечном итоге создать условия для обеспечения высокого уровня обслуживания покупателей.

Предметами управления в магазине являются не только товарные запасы, ассортимент товаров, товарные и покупательские потоки, но и сам трудовой процесс, а также качество обслуживания покупателей. Деятельность менеджера по продажам чрезвычайно важна для торгового предприятия, т.к. результативность работы менеджера по продажам на местах позволяют создать условия, обеспечивающие бесперебойную торговлю при минимальных объемах товарных запасов, а также для предотвращения товарных потерь в процессе хранения, внутримагазинного перемещения и продажи товаров.

Это достигается путем повседневного управления товарными запасами. Оно должно быть нацелено прежде всего на предупреждение отклонения товарных запасов от определенных для магазина необходимых их размеров.

Другим аспектом профессиональной деятельности менеджера по продажам является

управление ассортиментом товаров. Оно предусматривает систематический контроль за соблюдением в магазине обязательного ассортиментного перечня товаров, своевременное внесение предложений по его изменению. В его задачи входит обеспечение достаточной полноты ассортимента в пределах товарных групп, его устойчивости и комплексности предложения. Управление ассортиментом товаров тесно связано с управлением товарными запасами.

Менеджер по продажам является представителем низшего звена менеджмента и в его обязанности, кроме прочего входят некоторые функции управления, такие как управление персоналом, взаимосвязь товаропотоков, размещение товаров в торговом зале, их оборачиваемость, обратные потоки тары и упаковки из торгового зала до мест их хранения, направления покупательских потоков. Все перечисленное требует от менеджера высокой степени самоотдачи, которая невозможна без использования персонального менеджмента, включая самоменеджмент.

Рациональная организация труда менеджера по продажам должна отталкиваться от управления покупательскими потоками. Ему принадлежит центральное место в общей системе управления торгово-технологическим процессом в магазине, так как от него во многом зависят комфортные условия, создаваемые для покупателей в магазине, скорость обслуживания покупателей и пропускная способность магазина. Оно предусматривает равномерное распределение покупателей в торговом зале и создание условий для их свободного перемещения, выбора и оплаты товаров. Управление потоками покупателей предполагает анализ их интенсивности по часам и дням работы магазина, расстановку персонала магазина с учетом их интенсивности, четкую внутримагазинную информацию, обеспечение размещения товаров в торговом зале с учетом равномерного распределения покупательских потоков и т.д.

В регулировании потоков покупателей существенную роль играют расчетные узлы, которые должны иметь достаточную пропускную способность, что обеспечивается рациональным выбором типа контрольно-кассовых машин, правильным определением потребности в них, квалификацией контролеров-кассиров и т. д. При формировании сбытовой политики многие организации, функционирующие в сфере оптовой торговли, как продукцией потребительского, так и промышленного назначения, ориентируются на привлечение к процессу реализации специалистов, обладающих достаточным уровнем знаний, как в отношении реализуемого продукта, так и в отношении экономических вопросов, связанных с предметом их деятельности.

Их именуют менеджерами по продажам. Они оказывают непосредственное воздействие на результативность сбыта, управляя как процессом купли-продажи, так и

клиентским блоком. Они причастны к осуществлению таких функций управления, как планирование, организация, мотивация и контроль. Данное заключение позволяет определить содержание труда менеджера по продажам. Наиболее важной задачей управления персоналом фирмы является оценка его деятельности. Оценка результативности труда каждого работника направлена на определение уровня эффективности выполнения его работы. Она характеризует их способность оказывать непосредственное влияние на деятельность какого-либо структурного подразделения организации.

Результат труда работника может влиять на достижение цели подразделения или организации в целом. Оценка результативности труда персонала преследует следующие цели: - повышение эффективности работы персонала; - назначение адекватного вознаграждения за работу персонала; - принятие решения, связанного с трудовой карьерой сотрудника. Личная эффективность менеджера по продажам отражается в формуле отношения полученного результата к затраченным ресурсам (временным, денежным, эмоциональным и т.д.).

Как правило, в компаниях эффективность менеджеров по продажам оценивают исключительно по финансовым результатам (выручка, рентабельность продаж). Однако часто из виду упускают такие составляющие, как имидж компании в глазах клиента, мало внимания обращают на временные затраты приходящиеся на привлечение и обслуживание клиентов.

Менеджер по продажам должен:

Выполнять план по товарообороту

Расширять клиентскую сеть и обеспечивать максимальное присутствие продукции на рынке

Обеспечивать и контролировать позиционирование бренда

Анализировать, прогнозировать, планировать продажи

Выявлять и удовлетворять потребности клиента, быть полноценным представителем компании

Грамотно готовиться и проводить переговоры с клиентами

Отстаивать позицию компании, следовать корпоративной политике.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

1. ПРОФЕССИОНАЛИЗМ – знание и применение технологии продаж, соблюдение корпоративных стандартов и правил, способность анализировать свою деятельность и совершенствовать технологии работы

2. ОРИЕНТАЦИЯ НА РЕЗУЛЬТАТ – способность добиваться результата, ставить

высокие цели, находить и реализовывать способы их достижения

3. ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ – умение находить и внедрять нестандартные эффективных решений, гибко и активно их реализовывать

4. ОРИЕНТАЦИЯ НА КЛИЕНТА – умение легко устанавливать контакт и налаживать отношения, выявлять и удовлетворять потребности клиента, следить за соблюдением его интересов

5. ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ – умение создать внутренний положительный настрой на работу, вера в успешность бренда и компании, реализованные в работе с клиентом

6. КОММУНИКАЦИЯ И УБЕЖДЕНИЕ – умение ясно и четко формулировать мысли, аргументировать свою точку зрения, оказывать влияние на мнение и действия других

7. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ – умение самостоятельно принимать решения в сложных ситуациях, анализировать последствия и нести ответственность за результат.

ПОМОЩЬ С ОТЧЕТАМИ
ПО ПРАКТИКЕ

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

Основная часть

Апаницин Георгий Геннадьевич, ИНН 782508502406: в ЕГРЮЛ и реестре ИП
ОГРНИП 320784700132542 от 25 июня 2020

Согласно данным Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) от 07.05.2024, публикуемым налоговой службой РФ, Апаницин Георгий Геннадьевич (ИНН 782508502406) упоминается в следующих юридических лицах.

1. Руководитель, директор
2. Учредитель Апаницин Г. Г.
3. Деятельность в качестве индивидуального предпринимателя

ИНН 782508502406 был выдан налоговой инспекцией региона Санкт-Петербург.

Организация, в отношении которой упоминается данное лицо, зарегистрирована в регионе Санкт-Петербург (торговля оптовая спортивными товарами, включая велосипеды).

Основной вид деятельности: Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет (код по ОКВЭД 47.91.2).

Дополнительно были заявлены следующие виды деятельности:

46.90 Торговля оптовая неспециализированная

47.51 Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах

47.64 Торговля розничная спортивным оборудованием и спортивными товарами в специализированных магазинах

Основными организационными документами ИП Апаницин Г. Г. являются:

1. устав;
2. правила внутреннего трудового распорядка;
3. штатное расписание;
4. должностные инструкции работников предприятия.

Устав ИП Апаницин Г. Г. утвержден решением единственного учредителя ИП Апаницин Г. Г.

Основные положения, которые присутствуют в Уставе следующие:

- наименование, местонахождение общества и срок деятельности общества;
- участники общества;
- цель и виды деятельности общества;
- правовой статус общества;
- филиалы и представительства общества;
- уставной капитал общества;
- права и обязанности участников, переход доли в УК, выход участника из общества;
- распределение прибыли, фонды общества;
- органы управления общества;

- общее собрание участников;
- единоличный исполнительный орган общества;
- ликвидация общества;
- заключительные положения.

Правила внутреннего трудового распорядка, утверждены Приказом генерального директора № 3 от 20 сентября 2015 года и включают в себя следующие основные положения:

- прием и порядок увольнения сотрудников;
- время труда и отдыха;
- основные обязанности сотрудников;
- основные обязанности работодателя;
- меры поощрения и взыскания;
- требования к сотрудникам;
- условия оплаты труда;
- социальные блага и гарантии;
- иные вопросы регулирования трудовых отношений.

С правилами внутреннего трудового распорядка знакомится каждый новый сотрудник предприятия под роспись при приеме на работу в ИП Апаницин Г. Г. .

Должностные инструкции работников предприятия составляются не на конкретного человека, а на каждую должность, при приеме на работу, новый работник знакомится со своей должностной инструкцией под роспись.

Должностная инструкция включает в себя:

- обязанности работника компании на занимаемой должности;
- полномочия работника;
- ответственность работника;
- права работника;
- требования к его квалификации;
- формы поощрения работника.

Штатное расписание предприятия ИП Апаницин Г. Г. содержит:

- перечень структурных подразделений;
- наименование должностей, специальностей и профессий с указанием квалификации;
- сведения о количестве штатных единиц;
- информацию о зарплате: тарифные ставки и оклады, надбавки, фонд оплаты труда (ФОТ), в т. ч. по организации в целом.

Штатное расписание ИП Апаницин Г. Г. пересматривает и утверждает как правило 1 раз в год, в декабре текущего года на следующий год или по мере возникшей необходимости.

Изучив вопрос о добровольной сертификации услуг, которые оказывает ИП Апаницин Г. Г. , а именно розничная и оптовая торговля спортивными товарами, могу сказать следующее:

1. ИП Апаницин Г. Г. - не проводило добровольную сертификацию своих услуг, по причине отсутствия необходимости;

2. товары, которые перепродает ИП Апаницин Г. Г. закупаются у крупных производителей, которые в свою очередь сертифицируют свою продукцию и поэтому каждая партия товара имеет свой сертификат соответствия.

Стиль руководства и управления персоналом в ИП Апаницин Г. Г. - демократичный.

Генеральный директор предприятия активно привлекает сотрудников для решения вопросов относительно работы предприятия, а также для принятия важных решений, связанных с организацией рабочего процесса.

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

Генеральный директор

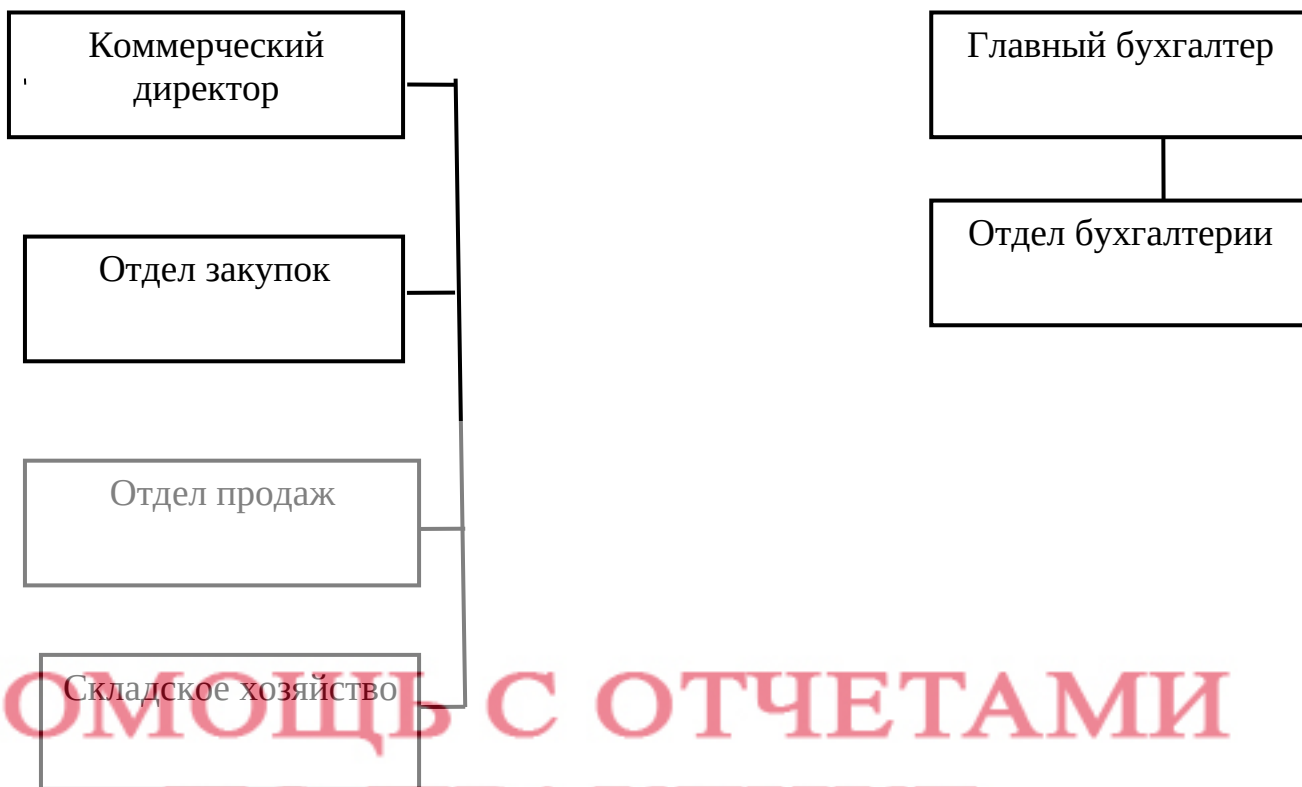


Рисунок 1 – Схема организационной структуры управления

Основными поставщиками компании являются крупные производители и оптовые поставщики.

В рамках производственной практики я провел предварительный SWOT – анализ ИП Апаницин Г. Г., с помощью которого я постарался выяснить что компания из себя представляет на данный момент, какие возможности имеет и какие угрозы могут угрожать компании на пути развития.

Таблица 1 - Матрица SWOT – анализа

SWOT-анализ	Возможности	Угрозы
Сильные стороны: 1. Стабильная клиентская база 2. Устойчивое финансовое положение 3. Хорошая репутация компании 4. Хорошая кредитная история	Сила и возможности: 1. Новые рынки сбыта 2. Упрочнение репутации компании 3. Возможности завоевания доли рынка конкурентов	Сила и угрозы: 1. Закрытие новых рынков сбыта 2. Изменение кредитной политики на федеральном уровне
Слабые стороны: 1. Отставание в использовании информационных систем 2. Зависимость от кредитных средств	Слабость и возможности: 1. Внедрение CMR системы, для систематизации продаж	Слабость и угрозы: 1. Снижение покупательской способности 2. Нестабильное положение в финансовом секторе страны

		(экономический кризис)
--	--	------------------------

Организация материальной ответственности работников за вверенные им материальные ценности на предприятии ИП Апаницин Г. Г. организовано следующим образом:

- так как материальную ответственность за ущерб, причиненный организации, несут все ее работники, т.е. все лица, состоящие с этой организацией в трудовых отношениях, то с каждым физическим лицом при приеме на работу заключается трудовой договор и договор о материальной ответственности;
- особое положение среди лиц, несущих полную материальную ответственность за вверенные им ценности, занимает бухгалтер – кассир организации. При приеме на работу она под расписку знакомится со специальным документом - обязательством о материальной ответственности кассира;
- каждый факт хозяйственной деятельности, связанный с поступлением и выбытием товаров и других материальных ценностей, оформляется первичными документами. На их основании материально-ответственные лица периодически составляют отчетность о наличии и движении товаров и ТМЦ, а затем сдают ее в бухгалтерию организации. Бухгалтерия организации использует эту отчетность в целях контроля за материально-ответственными лицами, а также для проверки сохранности ценностей и управления товарными запасами;
- с периодичностью 1 раз в квартал (в последние дни квартала) проводится ревизия товарных остатков и других ТМЦ (в том числе наличных денежных средств), сравниваются остатки фактические и остатки по бухгалтерскому учету, выявляются расхождения (если они есть);
- результаты ревизии оформляются Актом о ревизии, где фиксируются выявленные излишки, недостачи, пересортица, брак;
- выявленные излишки ТМЦ являются доходом предприятия, недостачи ТМЦ компенсируются за счет удержаний из заработка установленных виновных лиц.

Таблица 2 – Показатели ассортимента

Показатель ассортимента	Формула	Результат
Широта ассортимента	$K_{ш} = \Gamma_{ф} / \Gamma_{н},$ 50 групп товаров, а общее количество групп составляет 100	0,5
Полнота	$K_{п} = B_{ф} / B_{н},$	0,8

ассортимента	общее количество видов товаров должно быть 500, а фактическое количество видов на момент анализа составляет 400	
Глубина ассортимента	$K_r = P_{\phi} / P_n$, в ассортименте должно быть 1000 разновидностей товаров, а фактическое количество на момент анализа составляет 800	0,8
Коэффициент устойчивости ассортимента	$K_y = (Y / Шд)$, у нас есть 200 товаров с устойчивым спросом из 500 товаров в ассортименте	0,4
Новизна ассортимента	$K_o = P_o / P_{\phi}$, на момент анализа появилось 50 новых товаров, а среднее количество разновидностей составляет 400	0,125

Для проведения анализа состояния и качества упаковки, а также оценки полноты и правильности маркировки на примере трех видов тренажеров в магазине спортивных товаров, рассмотрим следующие характеристики каждого товара:

1. Тренажер для пресса и живота:

- Состояние и качество упаковки: Упаковка данного тренажера должна быть прочной, не иметь повреждений и обеспечивать надежную защиту от внешних воздействий.

- Полнота маркировки: На упаковке тренажера должны быть указаны название модели, производитель, страна происхождения, инструкция по сборке и использованию, а также предупреждения о безопасности.

- Правильность маркировки: Информация на упаковке должна быть четкой, несущей полезные данные для покупателя. Необходимо удостовериться, что маркировка соответствует стандартам безопасности и требованиям к содержанию информации о товаре.

2. Эллиптический тренажер:

- Состояние и качество упаковки: Упаковка эллиптического тренажера должна быть стойкой к механическим повреждениям, обеспечивающей сохранность товара в процессе транспортировки.

- Полнота маркировки: Необходимо проверить наличие всех обязательных элементов: название модели, серийный номер, информация о производителе, характеристики товара, инструкция по сборке и эксплуатации.

- Правильность маркировки: Убедитесь, что информация на упаковке соответствует содержанию тренажера, а также соответствует стандартам обозначения и маркировки спортивного оборудования.

3. Тренажер для пресса и спины:

- Состояние и качество упаковки: Упаковка данного тренажера должна быть надежной и защищать товар от возможных повреждений во время транспортировки и

хранения.

- Полнота маркировки: Маркировка должна содержать полную информацию о товаре: название, модель, производитель, страна производства, гарантийные условия, инструкция по установке и использованию.

- Правильность маркировки: Важно удостовериться, что информация на упаковке корректна, четкая и соответствует стандартам обозначения товаров на рынке спортивных товаров.

Для обеспечения соответствия маркировки требованиям действующих стандартов вам следует обратиться к специализированным нормативным документам и образцам маркировки спортивного оборудования. При необходимости, консультируйтесь с квалифицированными специалистами по вопросам маркировки и упаковки товаров.

Для анализа качества товаров в продуктовом магазине можно провести следующие шаги:

Проверить товары на соответствие указанной дате годности и их внешний вид. Наиболее часто встречающимися дефектами могут быть просроченный срок годности, поврежденная упаковка, следы плесени или загрязнения.

Оценить вкусовые качества продуктов, такие как свежесть, запах и вкус. Дефектами могут быть неприятный запах, кислый вкус или неравномерное состояние продукта.

Проверить наличие сертификатов качества и соответствие продукции стандартам безопасности и санитарным нормам.

Для определения градаций качества товаров можно использовать следующую шкалу:

Высокое качество - товары со свежим видом, полным вкусом, без повреждений или дефектов.

Среднее качество - товары с незначительными дефектами, но пригодные для употребления.

Низкое качество - товары с серьезными дефектами, непригодные для использования.

Оценка соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке в продуктовом магазине является важным аспектом в обеспечении безопасности покупателей. Для этого необходимо следить за следующими моментами:

1. Состояние товаров и упаковки: проверка наличия повреждений, целостности упаковки, соблюдение сроков годности.
2. Соответствие санитарно-гигиенических требований: проверка наличия необходимых сертификатов качества, соответствие условий хранения продукции.
3. Санитарное состояние магазина: чистота помещения, наличие средств гигиены,

соблюдение правил хранения продуктов.

Порядок приемки товаров по количеству и качеству обычно включает следующие шаги:

1. Прибытие товара: прибывшие товары разгружаются и группируются для дальнейшей проверки.
2. Проверка количества: сравниваются данные с товаросопроводительными документами (накладными, заборочными листами) для установления фактического количества товара.
3. Оценка качества: проводится визуальный осмотр товаров, проверка целостности упаковки, наличие видимых дефектов.
4. Проверка документов: удостоверение наличия всех необходимых документов, в том числе сертификатов качества.
5. Принятие решения о приемке товара: на основе результатов проверки принимается решение о принятии или возврате товаров.

Система контроля за качеством поступающих товаров должна включать в себя проверку товаров на входе, регулярные проверки складских запасов, а также контроль за соблюдением санитарных норм и правил хранения. Наличие нормативных документов, регламентирующих процедуры приемки и контроля качества товаров, также является обязательным.

Для участия в приемке по количеству рекомендуется ознакомиться с следующими реквизитами товаросопроводительных документов:

- Наименование отправителя и получателя.
- Дата отгрузки и прибытия товара.
- Перечень товаров с указанием количества, наименования и характеристик.
- Подписи ответственных лиц и печати организации.

Таким образом, соблюдение всех необходимых процедур приемки товаров по количеству и качеству, контроль за соблюдением санитарно-эпидемиологических требований и наличие необходимых документов являются важными аспектами обеспечения качества продукции в продуктовом магазине.

Для оценки качества спортивных тренажеров согласно ГОСТам, необходимо применить следующие шаги:

1. Выбор образцов товаров: Согласно правилам отбора проб и образцов, необходимо предварительно определить критерии и параметры, которые будут использоваться для оценки качества тренажеров. Затем выберите образцы, которые наилучшим образом представляют группу товаров.

2. Проверка соответствия ГОСТам:

- Проверьте наличие сертификата соответствия тренажеров установленным стандартам ГОСТ.
- Оцените внешний вид тренажера, наличие дефектов, целостность упаковки.
- Проверьте маркировку тренажера: наличие информации о производителе, стране происхождения, годе выпуска, серийном номере и других обязательных данных согласно соответствующим ГОСТам.
- Проверьте соответствие характеристик тренажера (размеры, вес, материалы) установленным стандартам ГОСТ.

3. Оценка качества:

- Выполните визуальный осмотр образцов тренажеров и оцените их состояние, наличие дефектов, целостность конструкции.
- Проведите измерения и сравните их с установленными ГОСТами, чтобы убедиться в соответствии характеристик тренажеров стандартам.
- Оцените полноту и правильность маркировки на образцах тренажеров.

Исходя из вышеописанных шагов, проведите оценку образцов тренажеров и оцените их соответствие ГОСТам. В случае выявления соответствия, вы сможете заключить о высоком качестве товаров, которые соответствуют стандартам.

Каждое предприятие, в том числе и ИП Апаницин Г. Г. в процессе коммерческой деятельности вступает в экономические и юридические отношения со своими клиентами, поставщиками и партнерами. В экономической литературе эти взаимоотношения обычно характеризуются термином «хозяйственные связи».

Понятие хозяйственные связи - довольно широкое и включает в себя совокупность экономических, организационных, коммерческих, правовых, административных, финансовых и других отношений, складывающихся между изготовителями, потребителями и организациями производственной инфраструктуры в процессе поставок товаров по поводу закупок или продаж.

Система хозяйственных связей торговли с промышленностью представляет собой совокупность форм, методов и рычагов взаимодействия предприятий, объединений, фирм, отраслей экономики с потребителями продукции.

Хозяйственные связи на поставку товаров различаются по структуре и числу участников, срокам действия, ведомственному и территориальному признакам.

По структуре хозяйственные связи могут быть:

- простые (прямые);
- сложные (опосредованные).

К простым (прямым) хозяйственным связям относятся такие, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам товаров устанавливаются непосредственно между предприятием — изготовителем товаров и торговым предприятием.

В этих случаях изготовители выступают одновременно в роли непосредственных поставщиков продукции. Примером может служить сотрудничество ИП Апаницин Г. Г. и ЗАО «Муром», которое является крупнейшим во Владимирской области производителем и одновременно поставщиком фанеры и ДСП.

К сложным (опосредствованным) относятся такие хозяйственные связи, в которых во взаимоотношениях между производителями и потребителями продукции и в осуществлении ее поставок выступают в качестве посредника оптово-торговые организации. Число посредников может быть различно.

Они согласовывают между предприятиями количество и ассортимент поставляемой продукции, её технические характеристики, частные сроки поставок, организуют поставки продукции, участвуют в расчетах с поставщиками и потребителями, а также в договорных обязательствах.

На этапе разработки проекта договора запрашиваются следующие документы:

- учредительные документы, с учетом всех изменений и дополнений к ним, свидетельств о государственной регистрации учредительных документов и внесенных в них изменений и дополнений;
 - свидетельство о государственной регистрации контрагента, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
 - выписка из ЕГРЮЛ, выданная регистрирующим органом не ранее чем за один месяц до предоставления проекта договора на согласование;
 - документы, подтверждающие полномочия лица на подписание договора, оформленные надлежащим образом;
 - для физических лиц - паспорт;
 - лицензии, если деятельность, которую осуществляет контрагент, подлежит лицензированию;
 - бухгалтерский баланс контрагента на последнюю отчетную дату;
 - банковская карточка с образцами подписей и оттиском печати контрагента.
2. Подписание договора, его регистрация и хранение.

После согласования договора уполномоченными лицами, договор подписывается, после чего договор вступает в силу и передается на исполнение. Если договор требует нотариального удостоверения либо государственной регистрации, коммерческий директор

ИП Апаницин Г. Г. обеспечивает удостоверение (регистрацию) такого договора.

Оригинал визового экземпляра договора вместе со всеми приложениями и другими документами, хранится у коммерческого директора в течение 5 лет, с даты окончания действия договора.

Для регистрации и учета договоров используется Журнал учета договоров.

3. Контроль над исполнением договоров.

Этот этап включает в себя :

- проверку исполнения контрагентами своих обязательств;
- контроль за проведением расчетов и предоставление документов в бухгалтерский отдел;
- отслеживание сроков действия договоров и соглашений и их продление при необходимости.

4. Проведение претензионной и исковой работы.

На этом этапе происходит:

- отслеживание исполнения обязательств контрагентами;
- формирование требований об устранении нарушений закона и договора, допущенных противоположной стороной сделки;
- направление претензий в установленные сроки и отслеживание сроков, отведенных для их рассмотрения другой стороной;
- рассмотрение входящих претензий и направление мотивированных ответов на них.

Таблица 3 – Сведения о техническом оснащении организации по состоянию на 25.04.2024 г.

Виды оборудования	Тип, марка	Количество единиц	Год ввода в эксплуатацию	Износ, %
Контрольно-кассовое	Онлайн касса Меркурий 185Ф	1	2017	30
Подъемно-транспортное	Автопогрузчик дизельный JAC CPCD 15	1	2015	40
	Автомобиль Газель Next	1	2015	25
	Кран - балка	1	2015	15
Компьютеры оргтехника	Персональный компьютер ACER с МФУ	7	2015	40
	Терминал для эквайринга	1	2017	25
Программное обеспечение	1С: Торговля и Склад	1	2015	
	1С: Предприятие 8.3	1	2015	
Итого:	—	14	—	—

Для осуществления хранения и последующей продажи товаров ИП Апаницин Г. Г. использует склад, общей площадью 900 м². Тип склада - закрытый отапливаемый, оснащен автоматическими воротами, кран – балкой, пол бетонный. Хранение товара - напольное в штабелях. Хранение товара происходит таким образом, что бы покупатели могли в режиме реального времени видеть весь товар и выбирать подходящий для них.

Складская переработка товара происходит поэтапно.

1. Прием товара на склад:
 - встреча транспортного средства с товаром кладовщиком;
 - разгрузка товара на специально отведенной для этого площадке перед складом;
 - прием товара по количеству и качеству;
 - перевозка товара погрузчиком на склад в место хранения;
 - передача сопровождающих документов в бухгалтерию предприятия.
 2. Продажа товара со склада:
 - выбор товара покупателем;
 - оплата товара покупателем;
 - перевозка товара погрузчиком на специальную отведенную площадку перед складом, для дальнейшей загрузки товара в перевозочное транспортное средство или
 - перевозка товара погрузчиком на специальную отведенную площадку на складе для хранения товара, если покупатель пока не готов забрать купленный товар.
- На территории склада расположено несколько зон:
- помещение кладовщика – продавца, где происходит расчет за купленный товар;
 - подсобные помещения различного назначения;
 - зона для хранения оплаченного товара;
 - и большую часть склада занимает зона хранения и продажи товара.

Таблица 10 – Штатное расписание торгового предприятия на 01.01.2022 г.

Наименование должности	Число штатных единиц	Оклад, руб.	Районный коэффициент, руб.	Месячный фонд зарплаты, руб.
Генеральный директор	1	50 000,00		50 000,00
Коммерческий директор	1	35 000,00		35 000,00
Менеджер отдела продаж	1	30 000,00		30 000,00

Менеджер отдела закупок	1	30 000,00		30 000,00
Главный бухгалтер	1	35 000,00		35 000,00
Бухгалтер	1	30 000,00		30 000,00
Кладовщик	1	25 000,00		25 000,00
Грузчик	1	25 000,00		25 000,00
Разнорабочий	1	20 000,00		20 000,00
Водитель	1	30 000,00		30 000,00
Итого	10			315 000,00

ДЦО.РФ
INFO@ДЦО.РФ

Заключение

В заключении отчета производственной практики по управлению ассортиментом, оценке качества и обеспечению сохраняемости товаров можно подчеркнуть следующее:

В ходе практики был проведен анализ ассортимента товаров, оценена его соответствие потребностям и запросам потребителей. Было установлено, что управление ассортиментом предприятия требует дополнительной оптимизации в части расширения ассортимента наиболее востребованных товаров и исключения малопопулярных позиций.

Также была проведена оценка качества поступающих товаров, проверка их соответствия стандартам и нормативам. Были выявлены случаи несоответствия качества товаров установленным требованиям, что может привести к увеличению товарных потерь и негативному воздействию на имидж предприятия.

Важным аспектом также стала оценка сохраняемости товаров. Было замечено, что некорректное хранение и технологические нарушения могут привести к увеличению сроков годности и потере товаров. Необходимо уделить больше внимания обучению персонала по правилам хранения и обеспечению условий, способствующих сохранению товаров.

В целом, производственная практика позволила выявить ряд проблем, связанных с управлением ассортиментом, качеством и сохраняемостью товаров на предприятии. Для улучшения ситуации рекомендуется проводить регулярные анализы ассортимента, контроль качества товаров на всех этапах производства и соблюдение правил хранения и транспортировки товаров. Такие меры помогут снизить товарные потери, повысить удовлетворенность потребителей и улучшить финансовые показатели предприятия.

Приложения

Схема приемки товара по количеству и качеству.



Цель - предотвратить недостачу поступившего товара, определить фактическое количество товара.	Цель – предотвратить поступление некачественных товаров.
Устанавливается соответствие наименования, сорта, цены товара, его количества данным сопроводительных документов	Производится проверка качества товара в соответствии с нормативными документами.
Производится проверка состояния упаковки.	Принимаются товары по органолептическим показателям.
Пересчет товара в поврежденной упаковке.	Документальное оформление.
Документальное оформление.	

ДЦО.РФ

INFO@ДЦО.РФ

Литература

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) "О защите прав потребителей" 13.05.2022).
2. ГОСТ Р ИСО/МЭК 27006-2020. Национальный стандарт Российской Федерации. Информационные технологии. Методы и средства обеспечения безопасности. Требования к органам, осуществляющим аудит и сертификацию систем менеджмента информационной безопасности" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 08.09.2020 N 628-ст).
3. ГОСТ Р 51074-2003. Национальный стандарт Российской Федерации. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования (утв. Постановлением Госстандарта России от 29.12.2003 N 401-ст) (ред. от 14.05.2022)
4. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник для бакалавров / Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. — Москва: Дашков и К, 2022. — 348 с.
5. Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 02.07.2021) "О техническом регулировании" (с изм. и доп., вступ. в силу с 23.12.2021).
6. ГОСТ Р 56532-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Оценка соответствия. Рекомендации по принятию декларации о соответствии продукции установленным требованиям". (20.05.2022)

Дата: _____

ДЦО.РФ

(Подпись, Ф.И.О. студента)

INFO@ДЦО.РФ