

**Негосударственное образовательное
учреждение
«Экономический бизнес- колледжд »
Факультет: « Коммерция по
отраслям».**

**Отчёт по прохождению практики
в ООО «ТД «МебельГрад»**

**ВЫПОЛНИЛА: СТУДЕНТКА 2 КУРСА,
ГРУППЫ ВК14
Т.Е.ЛОБАНОВА**

ВВЕДЕНИЕ.

- Цель данного отчёта показать применение своих теоретических знаний, полученных в Негосударственном образовательном учреждении «Экономический бизнес- колледжд »,на практике в ООО «ТД «МебельГрад» .
- Задача отчета рассмотреть практическую деятельность менеджера по торговле (в рамках прохождения практики и на вверенном ему участке работы) на предприятии ООО «ТД «МебельГрад», обосновав её теоретически.
- Цель презентации –ангажировать свой отчёт по прохождению практики
- Задача- подобрать наиболее интересные моменты отчёта, раскрывающие суть моего прохождения практики, в рамках общих поставленных целей и задач.

ОПИСАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТД «МЕБЕЛЬГРАД»

Расположение



Район метро Домодедовская - это центр транспортных потоков Южного Округа Москвы.

В шаговой доступности располагается станция метро, остановки общественного транспорта, перехватывающая парковка.

Рядом расположены крупные торговые центры «Галерея Водолей», ТЦ «Домодедовский», ТЦ «Облака», продовольственная ярмарка и много мелких магазинов.

Все это обеспечивает высокую проходимость торгового дома «МебельГрад».

ТД «МебельГрад» на Домодедовской входит в пятерку крупных мебельных магазинов Москвы.

Формула его успеха проста и давно известна:

**РАСПОЛОЖЕНИЕ + ЦЕНА +
АССОРТИМЕНТ + ПРОДВИЖЕНИЕ**

По адресу
ул. Генерала Белова, 35
расположены:

- ТД «МебельГрад»
- «Старик Хоттабыч»
- «М-Видео»
- «Спортмастер»
- «Бетховен»
- «Аптека 36,6»

ЗАДАЧАМИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЯВЛЯЮТСЯ:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательную способность;
- определение ассортиментной политики;
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;
- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

ФУНКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ МОЖНО УСЛОВНО

РАЗДЕЛИТЬ НА ДВЕ ГРУППЫ.

- Первая группа включает функции, выполняемые розничными организациями **по отношению к поставщикам** (предприятиям оптовой торговли). Среди этих функций можно выделить следующие:
- предоставление информации о рынке (о структуре и динамике спроса, потребностях потребителей и т.д.);
- обеспечение оптовикам сбыта их товара;
- осуществление закупок товаров в объемах, удобных для оптовика;
- осуществление мер по стимулированию сбыта и рекламе товаров;
- принятие риска в связи с возможным хищением, порчей или устареванием товара;
- маркировка товара;
- транспортировка товара;
- финансирование (в частности, покупка на условиях предоплаты).

ВТОРАЯ ГРУППА ВКЛЮЧАЕТ ФУНКЦИИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПОКУПАТЕЛЯМ - ЧАСТНЫМ ЛИЦАМ И ДОМОХОЗЯЙСТВАМ:

- демонстрацию товара, предоставление информации, помощь в выборе товара, консультирование по эксплуатации;
- разбивку крупных и средних партий товара на единичные экземпляры;
- формирование товарного ассортимента;
- складирование, хранение, упаковку товара;
- доставку крупногабаритных товаров;
- кредитование (продажу в кредит);
- создание комфортных условий для осуществления покупки и оказание дополнительных услуг.

ДОКУМЕНТООБОРОТ ФИРМЫ

На вверенном мне участке, во время прохождения практики, выполняла работу со следующими документами, в т.ч в 1С «Предприятие» торговля:

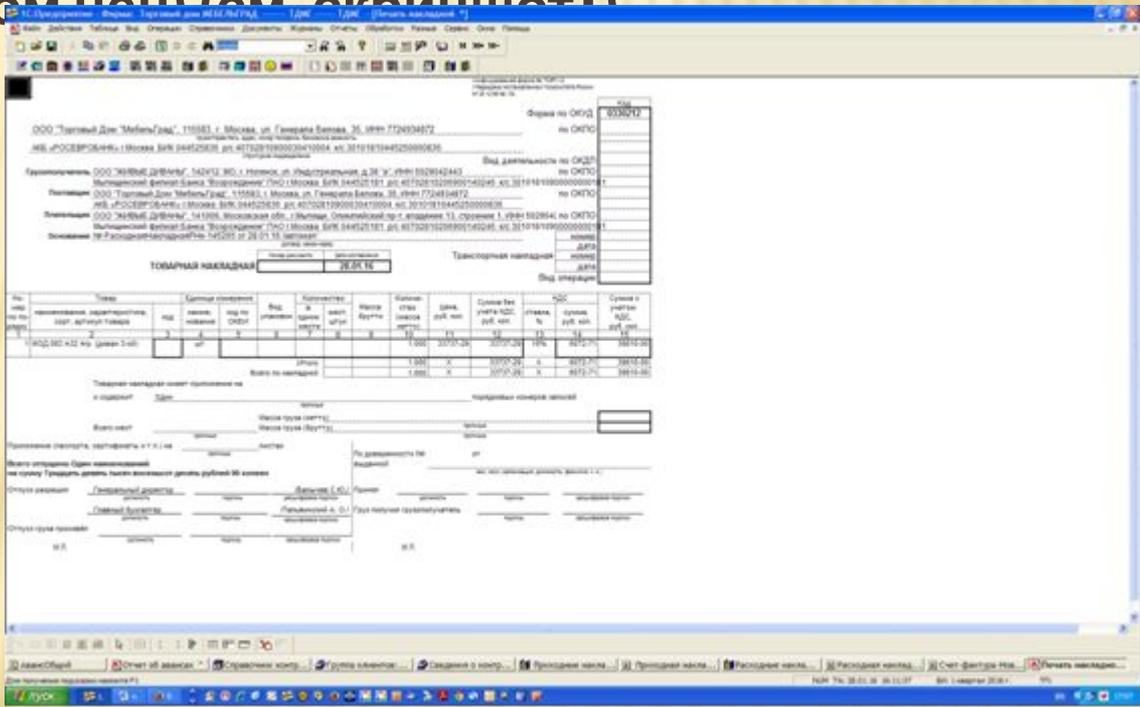
- ▣ **Подготовка договора комиссии** . Перед заключением договора с новым контрагентом принято проверять документы о компании и полномочия лица, которое будет заключать сделку. Эта практика обусловлена положением ст.312 ГК РФ о том, что в случае неосуществления такой проверки неблагоприятные последствия несет сторона, которая не потребовала необходимые документы.
- ▣ **Оформление в 1С Предприятие» « Карточки клиента»** (реквизиты, контакты и т.п.)
- ▣ **Оформление приходной накладной ТОРГ-12** (Унифицированная форма № ТОРГ-12 Утверждена постановлением Госкомстата России от 25.12.98 № 132) в базе 1С Предприятие»).

- **Формировала в базе «1С Предприятие» розничные цены продаж в соответствии с оговорённой наценкой .**
- **Для продаж в зале формировала реестр розничных цен .**

- В соответствии с письмом Минэкономки РФ от 20.12.1995 года N 7-1026 торговая организация (розничная) должна самостоятельно разработать форму реестра, позволяющую обеспечить весь необходимый объем сведений о товаре, а также все реквизиты, перечисленные в пункте 2 статьи 9 Закона N 129-ФЗ).
- **Оформляла ценники в зал в «1С Предприятии» .**
Ценники печатаются на фирменном бланке в соответствии требованиям Роспотребнадзора.
- **Формировала в «1С Предприятии» отчёт по продажам товара.**
- **Оформляла в «1С Предприятии» отчет комиссионера.**
- **Оформляла в «1С Предприятии» заявку товара поставщику.**
- **Формировала в «1С Предприятии» Аналитические**

Примеры некоторых документов с которыми я работала на практике:

Оформление приходной накладной ТОРГ-12 (Унифицированная форма № ТОРГ-12 Утверждена постановлением Госкомстата России от 25.12.98 № 132) в базе 1С (проверяем закупочные цены в соответствии с подписанным протоколом цен) (см. скриншот1)



СКРИНШОТ1

Отчёт по продажам товара. Отчет

комиссионера

Статья 999 ГК РФ не содержит требований к форме отчета комиссионера. Во избежание споров и для облегчения доказывания факта предоставления отчета в договоре комиссии рекомендуется согласовать условие о том, что отчет должен быть составлен в виде документа, подписанного комиссионером.

| ОТЧЕТ КОМИССИОНЕРА | | | | | | | | |
|---|--------|---|--------------|---------------------|---------------------------|------------------------------------|---|-----------------|
| Создан 28.01.16 19:36:10 г.Москва | | | | 31 Декабря 2015 г. | | | | |
| В соответствии с Договором комиссии № 2 от 1 Октября 2014 г. Комиссионер ООО "Торговый Дом "МебельГрад" представляет Комитенту ЗАО "Свобода" | | | | | | | | |
| 1. Отчет, в котором сообщает, что за пер с 01.12.2015 по 31.12.2015 реализованы товары комитента, представленные в прилагаемой Таблице. | | | | | | | | |
| Товар | Кол-во | Сумма продажи | НДС | Сумма без учета НДС | Сумма, подлежащая выплате | Сумма комиссионного вознаграждения | НДС от суммы комиссионного вознаграждения | |
| "Сиваны" Набор корпусной мебели | | | | | | | | |
| Расходная накладная РН№-148280 | 1 | 124533,50 | 18996,64 | 105536,86 | 97641,00 | 22790,25 | 4102,25 | |
| Расходная накладная РН№-148732 | 1 | 188971,15 | 28826,11 | 160145,04 | 146605,00 | 35903,52 | 6462,63 | |
| Расходная накладная РН№-148733 | 1 | 146920,80 | 22411,65 | 124509,15 | 115231,00 | 26855,76 | 4834,04 | |
| Расходная накладная РН№-148735 | 1 | 113144,35 | 17259,31 | 95885,04 | 88687,00 | 20726,57 | 3730,78 | |
| Расходная накладная РН№-148737 | 1 | 995,00 | 151,78 | 843,22 | 660,00 | 283,80 | 51,10 | |
| Расходная накладная РН№-148739 | 1 | 17517,90 | 2641,71 | 14876,19 | 13583,00 | 3166,02 | 569,88 | |
| Расходная накладная РН№-149063 | 1 | 169722,05 | 25889,80 | 143832,25 | 133683,00 | 30541,57 | 5497,48 | |
| Расходная накладная РН№-149064 | 1 | 167109,15 | 25491,23 | 141617,92 | 131065,00 | 30545,89 | 5498,26 | |
| Расходная накладная РН№-149065 | 1 | 44125,20 | 6730,96 | 37394,24 | 34607,00 | 8066,27 | 1451,92 | |
| Итого: | | 9 | ##### | 148399,18 | ##### | 761761,00 | 178879,75 | 32198,35 |
| Общая сумма продаж: | | Девятьсот семьдесят две тысячи восемьсот тридцать девять рублей 10 копеек | | | | | | |
| В т.ч. НДС: | | Сто сорок восемь тысяч триста девяносто девять рублей 18 копеек | | | | | | |
| Сумма продаж без учета НДС: | | Восемьсот двадцать четыре тысячи триста тридцать девять рублей 92 копейки | | | | | | |
| Сумма, подлежащая выплате Комитенту с НДС: | | Семьсот шестьдесят одна тысяча семьсот шестьдесят один рубль 00 копеек | | | | | | |
| Сумма комиссионного вознаграждения без НДС: | | Сто семьдесят восемь тысяч восемьсот семьдесят девять рублей 75 копеек | | | | | | |
| НДС от суммы комиссионного вознаграждения: | | Тридцать две тысячи сто девяносто восемь рублей 35 копеек | | | | | | |
| Примечание: Сумма, подлежащая перечислению комитенту, исчисляется как выручка, поступившая на счет комиссионера, за вычетом комиссионного вознаграждения. | | | | | | | | |
| Остаток авансовых средств, полученных от покупателей по заказам, не исполненным на конец отчетного периода составил 504 868,84 руб. | | | | | | | | |
| 2. ЗАЯВЛЕНИЕ о зачете взаимных требований по настоящему отчету за период с 01.12.2015 по 31.12.2015 | | | | | | | | |
| Инициатор зачета ООО "Торговый Дом "МебельГрад" в соответствии со ст.410 Гражданского кодекса РФ заявляет о зачете взаимных однородных требований, срок которых наступил, на сумму вознаграждения 211078.10 руб. | | | | | | | | |
| в т.ч. НДС 32198.35 руб. | | | | | | | | |
| Руководитель ООО "Торговый Дом "МебельГрад" | | | | | | /Бальчев С.Ю./ | | |
| Главный бухгалтер ООО "Торговый Дом "МебельГрад" | | | | | | /Гальвинский А. О./ | | |
| М.П. | | | | | | | | |
| Отчет получил | | должность, подпись, расшифровка подписи | | | | | | |
| Дата: | | | | | | | | |

РАЗРОБОТКА И АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ОБЗОРОВ

Конкурентная среда ТД «МебельГрад»

данные на 2015г.



Основными конкурентами ТД «МебельГрад» являются:

перечислены в порядке территориальной удаленности

- ✓ Мебельный центр «Москва» в АТЦ «Москва» (new)
- ✓ Интерьер Plaza
- ✓ ROOMER
- ✓ Армада
- ✓ Мебельный центр «Москвич»
- ✓ ТЦ «Точка»
- ✓ Скарабей
- ✓ МебельPark
- ✓ Три Кита
- ✓ Империя
- ✓ Гранд

Информация по ключевым конкурентам представлена в следующих слайдах.

- **Анализ конкуренции – важное направление маркетинговых исследований, имеющее целью уточнение вопросов привлекательности рынков и используется для выработки стратегии фирмы в области производства и сбыта.**
- Контроль за конкурентами дает возможность удовлетворить специфические запросы покупателя и потребителя раньше и лучше других фирм. Зная сильные и слабые стороны конкурентов можно оценить их потенциал и цели, настоящую и будущую стратегии. Это позволяет фирме стратегически точно сконцентрировать свое внимание на том направлении, где конкурент слабее. Таким образом, можно расширить свои собственные преимущества в конкурентной борьбе.
- В качестве источников информации о конкурирующих фирмах используются официальные данные о фирмах, данные публикаций в периодике, статистические отчеты, а также информация непосредственно с рынков сбыта: от сбытовых подразделений фирм, инженерного персонала, поставщиков и других агентов на рынке, кроме того, используются материалы совещаний, конференций, информация выставок, ярмарок и презентаций.
- Любое сегментирование начинается со всестороннего изучения рыночной ситуации, в которой работает компания, и оценки типов возможностей и угроз, с которыми она может столкнуться. Отправной точкой для подобного обзора служит SWOT

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ(ТАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ СОБИРАЕТСЯ ПО ВСЕМ КОНКУРЕНТАМ(ДАННЫЕ ЕСТЬ В ОСНОВНОЙ РАБОТЕ ПРИЛОЖЕНИЕ N°2) И УЧИТЫВАЕТСЯ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ОБЩЕГО SWOT-АНАЛИЗА



ТД «Три Кита»



✓ Адрес: Можайское шоссе, 2 км. от МКАД

✓ Площадь: 98 000 кв.м

✓ Сегмент: средний +, высокий

✓ 5 уровней

✓ Более 400 поставщиков мебели и предметов интерьера

✓ Основные преимущества:

- Один из наиболее крупных мебельных центров Европы
- Широкий ассортимент мебели и сопутствующих товаров , в т.ч. эксклюзивной
- Наличие интернет-магазина
- Наличие дисконтной программы – карта номиналом 5% выдается при любой покупке
- Наличие детской игровой комнаты
- Наличие зала с дисконтной и стоковой мебелью
- Периодическое проведение акции «Ночь распродаж»
- Услуга по вызову такси
- Паркинг

✓ Недостатки:

- Сложная транспортная доступность - Можайское шоссе осложняет работу комплекса.
- Нет единой концепции – разные вывески на подиумах, ценники и рекламные объявления.
- Дорогие услуги по доставке и сборке
- Тихое музыкальное сопровождение



РАЗРАБОТКА АНКЕТНОГО ОПРОСА

- В рамках прохождения мною практики в ТД «МебельГрад» в должности менеджера по торговле, руководством была поставлена задача организовать работу промоутеров, раздающих информацию о специальных предложениях, проходящих в торговом центре и провести исследование каналов информирования покупателей ТД «МебельГрада» на предмет целесообразности работы промоутеров.
- **На основе полученных теоретических данных мною был составлен план мероприятий необходимых для проведения исследования:**
 - Постановка цели и задачи исследования
 - Определение сроков проведения исследования.
 - Составление анкеты(опросника)
 - Раздача анкет по местам продаж
 - Контроль за проведением акции .Сбор анкет.
 - Обработка данных анкетирования.
 - Составление отчёта. Выводы.

СОСТАВЛЕНИЕ АНКЕТЫ (ОПРОСНИКА)

Уважаемый Покупатель!

Просим Вас помочь нам в улучшение качества обслуживания:

1. Откуда Вы узнали о ТД «Мебель Град»?

- Услышал(а) рядом с метро «Домодедовская»
- Увидел(а) рекламный видеоролик в Торговых центрах
- Рекомендовали друзья или родственники
- Являюсь постоянным покупателем
- Другое _____

2. Ваше общее впечатление от ТД Мебель Град, что нравится, что не нравится, что можно изменить и сделать лучше?

С Уважением,
Администрация ТД «Мебель Град»

ОБРАБОТКА ДАННЫХ АНКЕТИРОВАНИЯ.

Было опрошено 1000 человек. Собираем все анкеты .Составляем сводную таблицу.

- Услышал(а) рядом с метро «Домодедовская» (ПРОМОУТЕРЫ)-180
- Увидел(а) рекламный видеоролик в Торговых центрах-20
- Рекомендовали друзья или родственники -245
- Являюсь постоянным покупателем-388
- Другое (в т.ч живу рядом, интернет)167

СОСТАВЛЕНИЕ ОТЧЁТА. ВЫВОДЫ.

Диаграмма опроса покупателей с 1.10.15 по 31.10.15



ВЫВОДЫ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНКЕТИРОВАНИЯ)

- Из вышеприведённой диаграммы можно сделать вывод, что 18% покупателей посетили торговый центр благодаря работе промоутеров. Можно сделать вывод, что работа промоутеров принесла положительный результат, что и требовалось проанализировать. Одновременно стоит задуматься о размещении рекламных видеороликов в других торговых центрах 2%. Обработав анкеты, можно более подробно понять другие информационные источники 17%. Но данный анализ не входил в поставленные задачи руководством.

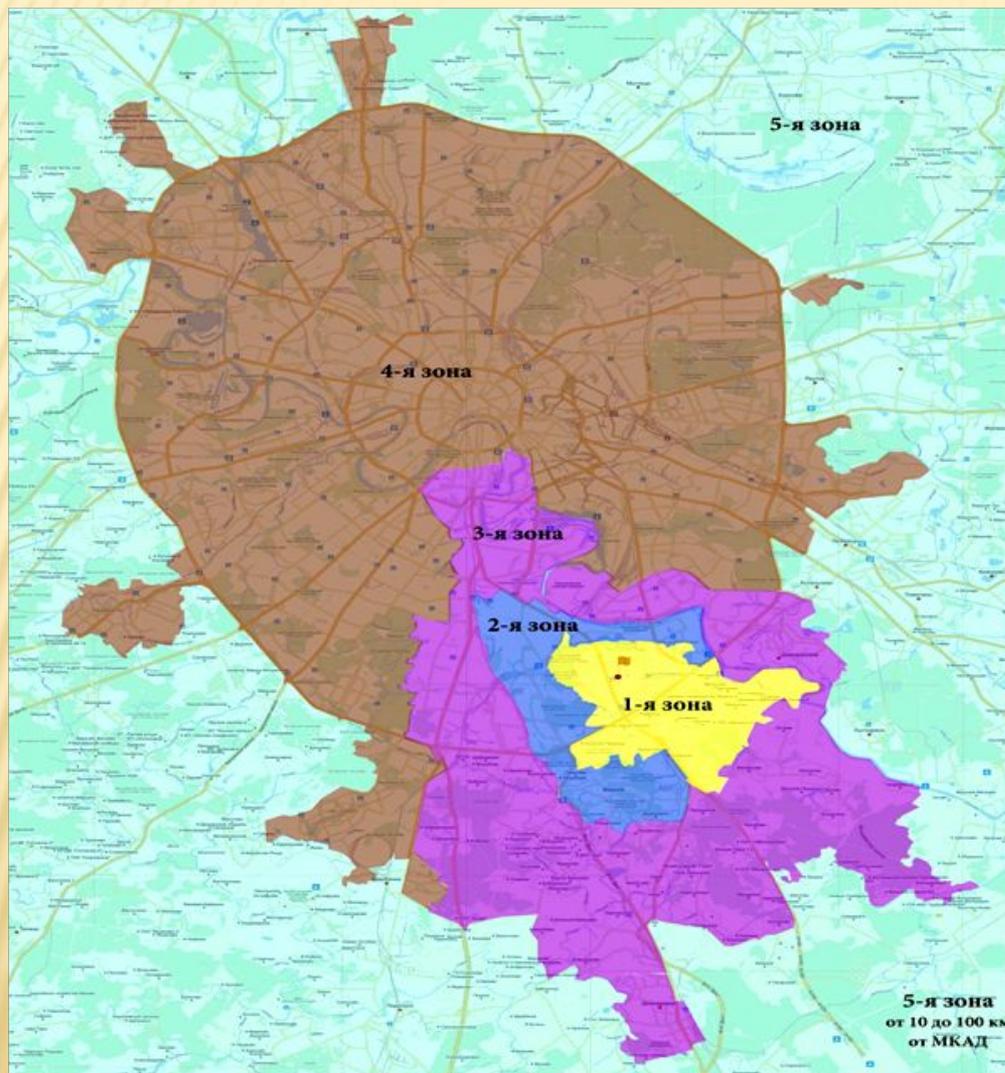
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ В ТД «МЕБЕЛЬ ГРАД».

- Логистика – искусство рассуждать, вычислять. В экономике логистика – это научная и практическая деятельность, связанная с организацией, управлением и оптимизацией движения материальных, информационных и финансовых потоков от источника до конечного потребителя.
- В рамках прохождения практики в ТД «Мебель Град» мною было проработано предложение по улучшению качества обслуживания клиентов в сфере осуществления услуг доставки. Данное предложение побудило руководство изменить существующую логистическую систему в работе службы доставки и сборки и было сделано на основе пожеланий покупателей живущих поблизости. А именно было предложено: зонирование в зависимости от удалённости доставки от ТД с соответствующими тарифами (см Таблица N^o1 и Схема N^o1). **Реализация этого предложения увеличила спрос на эти услуги т.к. 65% покупателей живут рядом с ТД «Мебель Град».**

ТАБЛИЦА №1

| Доставка мебели | | | | | | | Подъем мебели | Сборка мебели |
|------------------|---|--|---|---|---|--|--|---------------|
| Обычная доставка | | | | | | | | |
| Зоны доставки | До 6.000 рублей | От 6.001 до 25.000 рублей | От 25.001 до 50.000 рублей | От 50.001 до 130.000 рублей | Свыше 130.000 рублей | | | |
| 1 зона | 450 рублей | 750 рублей | 1000 рублей | | | При наличии лифта: 400 руб. | 6% от стоимости мебели, но не менее 500 руб. | |
| 2 зона | 550 рублей | 850 рублей | 5% от стоимости товара | 5% от стоимости товара, но не более 4000 руб. | 3% от стоимости товара, но не менее 4000 руб. | | | |
| 3 зона | 650 рублей | 950 рублей | | | | | | |
| 4 зона | 750 рублей | 1150 рублей | | | | | | |
| 5 зона | 850 рублей + 35 руб. за каждый км от 10-го км от МКАД | 1150 рублей + 35 руб. за каждый км от 10-го км от МКАД | 5% от стоимости товара + 35 руб. за каждый км от 10-го км от МКАД | | 3% от стоимости товара + 35 руб. за каждый км от 10-го км от МКАД | Ручной подъем: 200 руб. за каждый этаж. Стоимость подъема считается с первого этажа включительно | | |

СХЕМА №1



| | |
|--------------------------|---|
| <p>1 зона</p> | <p>ЮАО: Орехово-Борисово Южное, Орехово-Борисово Северное, Зябликово За МКАД: с.п. Развилковское, с.п. с-з им.</p> |
| <p>2 зона</p> | <p>ЮАО: Братеево, Бирюлево Восточное, Москворечье-Сабурово, Царицыно За МКАД: г. Видное</p> |
| <p>3 зона</p> | <p>ЮАО: Бирюлево Западное, Даниловский, Донской, Нагорный, Нагатинно-Садовники, Нагатинский Затон, Чертаново Южное, Чертаново Северное ЮВАО: Марьино, Капотня За МКАД: г. Дзержинский, г. Домodedово, с.п. Володарское,</p> |
| <p>4 зона</p> | <p>ЮЗАО, ЗАО, СЗАО, СВАО, ВАО: все районы ЮВАО: Печатники, Люблино, Выхино-Жулебино, Рязанский, Южно-Портовый, Лефортово За МКАД: до 10 км</p> |
| <p>5 зона</p> | <p>Новая Москва: от 10 до 100 км от МКАД Московская Область: от 10 до 100 км от МКАД (кроме районов, вошедших в зоны 2 и 3)</p> |

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- За время практики ,используя теоретические знания полученные в Негосударственном образовательном учреждении « Экономический бизнес - колледж», я ознакомилась: со структурой организации , основными функциями подразделений .
- Приобрела необходимые профессиональные навыки на рабочем месте менеджера по торговле, изучила технологии обработки информации в « 1С Предприятие 7«Торговля»», в т.ч. отслеживание остатков товарных групп, маркетинговый анализ продаж на базе аналитики данных из 1С «Торговли» (анализ необходимости пополнения товарных групп с учётом сезонных колебаний спроса (конъюнктуры), прогнозирование продаж), оформление заявок поставщикам(исходя из проведенной аналитики спроса по товарным группам и по текущим реальным заказам), контроль поставок товара, анализ продаж, составление прочих отчётов в рамках вверенного мне