

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ. 01 Организация и управление торгово-сбытовой
деятельностью

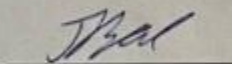
ПМ. 02 Организация и проведение экономической и
маркетинговой деятельности

программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

период с «20» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.

Студент группы
С-КМ-23-1



Валеев Г.С.

Наименование предприятия: ООО «ИДЕЯ»

Руководитель практики
от предприятия



Берестенко А.Г.

Отчет защищен:

с оценкой *отлично* Руководитель практики от ООО «ИДЕЯ» *Виничук* О.Ю. Виничук

Владивосток 2025

Содержание

Введение	3
1 Общая характеристика предприятия ООО «ИДЕЯ»	4
1.1 Основные сведения: история создания, организационная структура, виды деятельности	4
1.2 Инструктаж по технике безопасности	9
1.3 Организационно-экономическая характеристика предприятия	12
2 Приёмка товаров по количеству и качеству	16
2.1 Проведение приёмки товаров по количеству и качеству	16
2.2 Возможные проблемы, связанные с товаром, в ходе приёмки его по количеству и качеству	19
2.3 Действия сотрудников при выявлении ошибки в ходе проведения приёмки товаров по количеству и качеству	22
3 Определение спроса на отдельный товар	25
3.1 Определение товара	26
3.2 Определение малого спроса группы товаров «Одежда»	30
3.3 Способы увеличения спроса на группу товаров «Одежда»	33
Заключение	38
Список использованных источников	39
Приложение А.	40
Приложение Б.	41
Приложение В.	42
Приложение Г.	43

Введение

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» является частью основной образовательной программы (далее ООП) подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Практика проводится в 4 семестре, трудоёмкость составляет 72 часа, 2 недели. Форма контроля – дифференцированный зачёт.

Форма проведения практики – концентрировано.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы коммерческих предприятий на различных отраслевых рынках;
- освоение организационных и функциональных процессов, связанных управлением торгово-сбытовой деятельностью на предприятии;
- приобретение опыта выполнения работ по приемке товаров по количеству и качеству, установлению коммерческих связей, обслуживанию потребителей;
- развитие навыков работы с деловыми партнерами и потребителями; с продовольственными и непродовольственными товарами, торгово-технологическим оборудованием; с договорами, товаросопроводительными и иными документами.
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

1 Общая характеристика предприятия ООО «ИДЕЯ»

1.1 Основные сведения: история создания, организационная структура, виды деятельности

«Зелёный остров» - магазин, который занимается розничной продажей товаров для дома. Впервые компания заявила о себе во Владивостоке в далеком 1996 г., в то время, когда предложение на рынке было весьма ограничено. Первый магазин имел площадь всего 20 кв.м, а первые директора магазина впоследствии оказались «первыми» же конкурентами. Но это не помешало компании уже в 2000 г. расшириться до современного торгового комплекса площадью 1 500 кв.м. В основу дела тогда были заложены принципы безопасности сделки, экономии времени и внимания к пожеланиям покупателей, которые поддерживаются и по сей день. Компания росла и крепла. Был выбран курс на то, чтобы предлагать покупателям товары домашнего обихода, которые так необходимы для устройства уютного жилья после ремонта. Это и мебель, и сопутствующие товары для дома. В 2007 г. запущено Производство корпусной мебели «Владивостокская мебельная фабрика» (ВМФ). В августе 2010 г. был открыт второй торговый центр в г. Владивостоке на Варяге. В 2012 запущен первый вариант интернет-магазина <https://www.zelenyjostrov.ru/>. В феврале 2015 г. в г. Большой Камень в ТЦ открыт магазин «Зелёный остров» с ассортиментом Товаров для дома. В декабре 2015 г. в г. Находка, в ТЦ «НАХОДКА МЕГА» открывается самый большой в городе гипермаркет продуктов и товаров для дома под брендом «Зелёный остров». На 5 000 кв.м. покупателей ждут недорогие продукты питания и хоз. Товары традиционно широкой линейки. В мае 2016 г. в г. Находка открывается второй магазин «Зелёный остров ПЛЮС» формата супермаркет. В г. Находка таким образом у нас 2 магазина разного формата. Сентябрь 2016 г. к нашей сети магазинов присоединился еще один магазин в Торговом Центре Снеговая Падь. (Ранее Фрекен Бок). Ноябрь 2016 г. к нашей сети магазинов присоединился еще один магазин в Торговом центре на Авангарде. (Ранее Фрекен Бок). Февраль 2017 г. в г. Уссурийск в ТЦ «ПЛАЗА» открыт еще один магазин сети «Зеленый Остров» площадью 1 500 кв.м. с широким выбором товаров для дома. Октябрь 2017 г. в г. Артём в ТЦ «Сангурай» открыт очередной магазин «Зелёный остров» со специально отобранным для города ассортиментом товаров для дома. Совместно с известными брендами открыт целый этаж «Уютный дом», где наш ассортимент занял достойное место. В апреле 2020 г магазин в г. Артёме закрыт. Июнь 2020 г. в г. Уссурийск магазин из ТЦ «ПЛАЗА» переехал в центр на ул. Некрасова 115 а. Мы стали ближе и удобнее! 15 мая 2021 года открыт магазин в торгово-развлекательном комплексе «Седанка Сити»,

Владивосток, ул. Полетаева, бд. 30 апреля 2022 года открыт магазин «Находка Купеческий», по адресу: г. Находка, ул. Сидоренко, 1. Это первый магазин сети, где представлен ассортимент двух торговых марок «Зелёный остров» и «Технодром» - товары для дома и ремонта.» - взято с официального сайта компании.

Фотографии магазина, расположенного по адресу Приморский край, г. Владивосток, ул. Калинина, д. 275, представлены на рисунке 1 и 2.



Рисунок 1 – Фотография центрального входа в магазин «Зелёный остров», расположенного по адресу ул. Калинина 275а



Рисунок 2 – Фотография второго входа в магазин «Зелёный остров», расположенного по адресу ул. Калинина 275а

Реквизиты компании ООО «ИДЕЯ» представлены ниже.

- Наименование: ООО «ИДЕЯ»
- ОГРН: 1092536009598
- ИНН: 2536221990
- КПП: 253701001
- ОКПО: 62328745
- Организационно-правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью
- Дата регистрации: 23 ноября 2009 года.
- Вид деятельности: Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах (47.19), + ещё 30 видов деятельности.
- Юридический адрес: 690021, Приморский край, г. Владивосток, ул. Калинина, д. 275, корпус 1, офис 63.
- Форма собственности: Частная собственность
- Уставный капитал: 120000000 руб.
- Учредитель: Голишев Максим Викторович (с 23 ноября 2009 года)

Финансовая отчётность компании за 2023 год.

- Выручка выросла до 2,3 млрд руб. (+17%)
- Чистая прибыль выросла до 53,4 млн руб. (+439%)
- Уплачены налоги на сумму 135,5 млн руб. (+12%)
- Уплачены страховые взносы на сумму 97,2 млн руб. (+80%)
- Специальный налоговый режим: Не применяется.

Сведения о регистрации.

- Регистрация в ФНС. Регистрационный номер 1092536009598 от 23 ноября 2009 года;
- Регистрация в ПФР. Регистрационный номер 1005179377 от 30 октября 2018 года;
- Регистрация в ФСС. Регистрационный номер 1005179377 от 1 июля 2011 года.

Коды статистики.

- Код ОКОГУ: 4210014
- Код ОКОПФ: 12300
- Код ОКФС: 16
- Код ОКАТО: 05401367000
- Код ОКТМО: 05701000001
- Код КЛАДР: 250000010000188

«Зелёный остров» - магазин, который занимается розничной продажей товаров для дома. Ассортимент магазина довольно обширен. Клиент может найти почти любой интересующий его товар. Торговая площадь магазина составляет 2500 кв.м. и поделена на отделы, в которых представлены отдельные категории товаров. Это можно увидеть на рисунке 3.

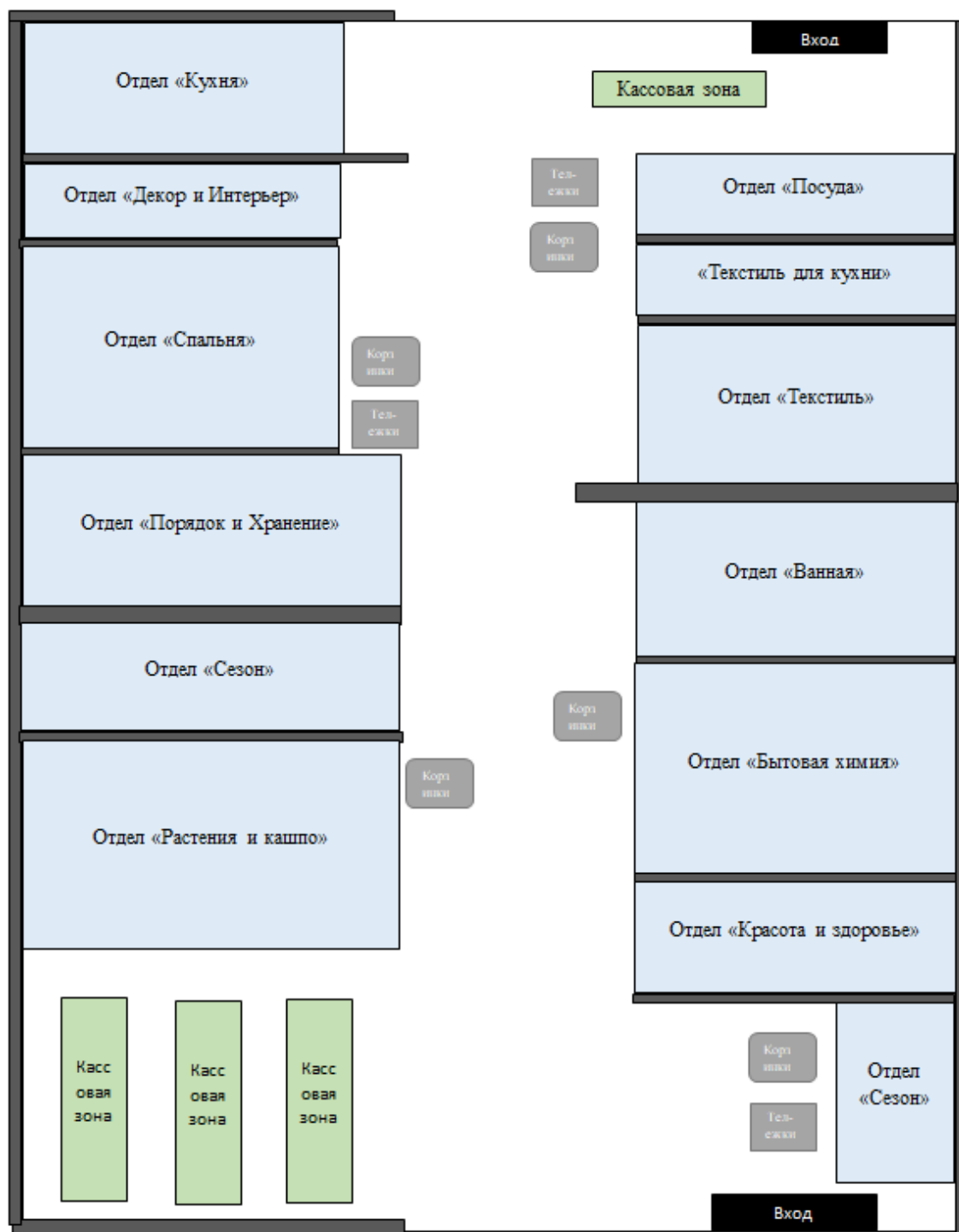


Рисунок 3 – Торговая площадь магазина «Зелёный остров», расположенного по адресу ул. Калинина 275а, на момент 2025 года

У магазина существует интернет-сайт, на котором пользователи могут ознакомиться с ассортиментом товаров, представленных на торговом предприятии, а также получить информацию о действующих скидках и акциях. Сайт магазина представлен на рисунках 4 и 5.

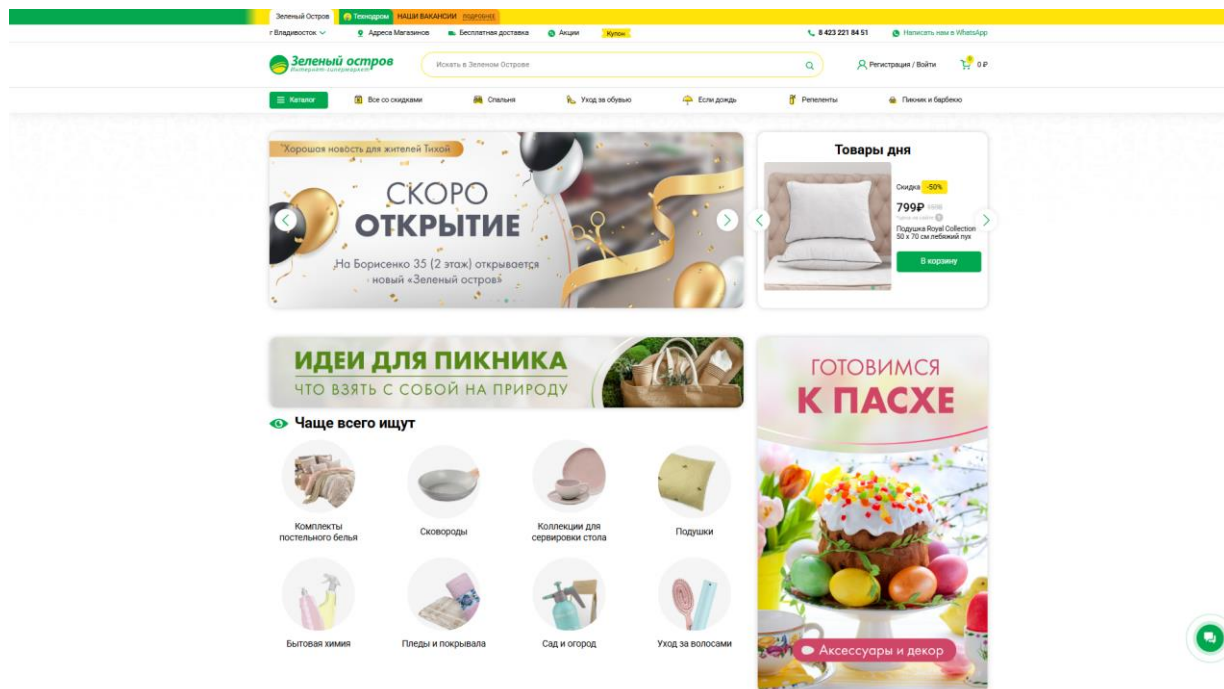


Рисунок 4 – Сайт магазина «Зелёный остров», 2025 год

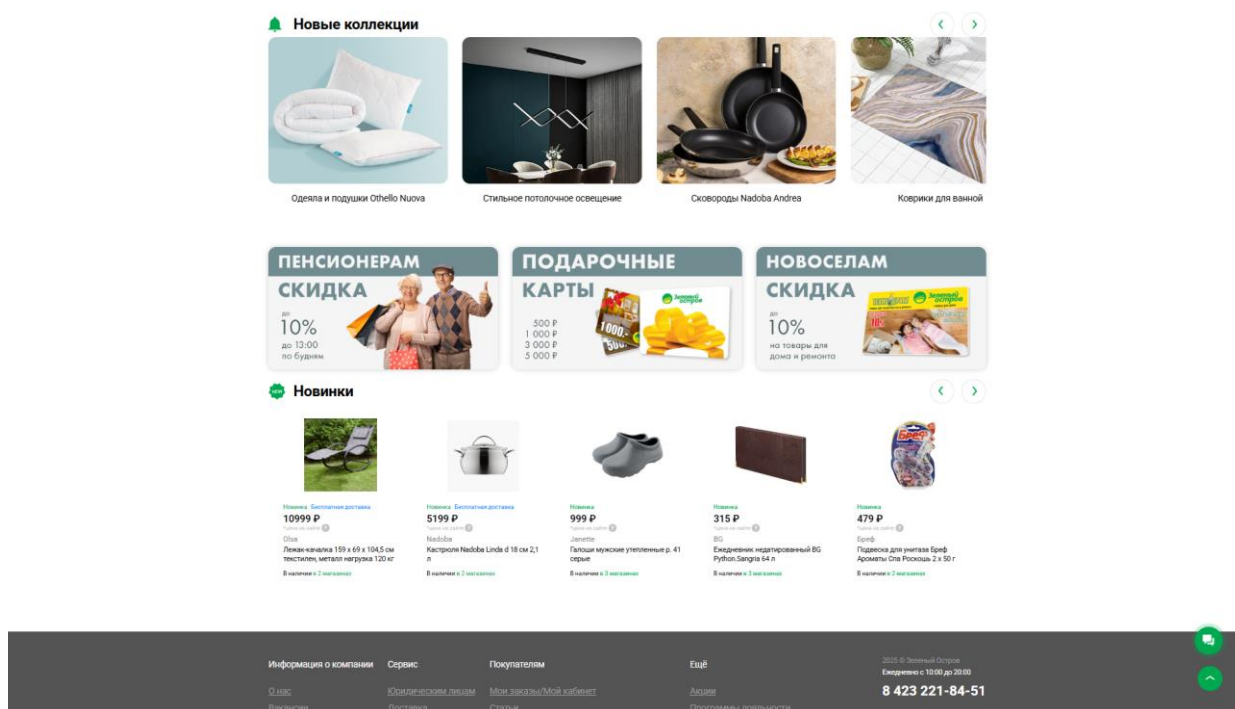


Рисунок 5 – Сайт магазина «Зелёный остров», 2025 год

Кроме этого, с помощью сайта, пользователь может добавить желаемый товар в корзину и оформить доставку на дом.

1.2 Инструктаж по технике безопасности

Техника безопасности на предприятии – это совокупность мероприятий организационного и технического характера, которые направлены на предотвращение на производстве несчастных случаев и на формирование безопасных условий труда.

С целью обеспечения охраны труда на всевозможных предприятиях, прикладываются все усилия для того, чтобы сделать труд работающих людей безопасным, а как итог, большие средства выделяются именно для осуществления этих целей.

На предприятии функционирует специальная служба безопасности, которая разрабатывает различные мероприятия, которые в будущем обязаны обеспечить каждому рабочему безопасные условия труда.

Кроме того, специальная служба безопасности контролирует уровень безопасности техники на производстве, ее состояние, а также следит за тем, чтобы абсолютно все принимаемые на предприятие рабочие, обучались безопасным приемам работы.

С целью абсолютного обеспечения охраны труда на предприятиях систематически проводятся мероприятия, которые в последующем обеспечивают снижение получения травм на рабочем месте, а также значительно уменьшают возможность возникновения несчастного случая.

Вводный инструктаж проводит инженер по технике безопасности или лицо, на которое приказом руководителя возложена работа по охране труда и технике безопасности. Инструктаж проводят со всеми принимаемыми на работу независимо от их образования, стажа работы по данной профессии или должности, а также с командированными, учащимися и студентами, прибывшими на практику.

Первичный инструктаж на рабочем месте проводит руководитель того подразделения, в котором предстоит работать данному работнику. Такой инструктаж проводят с каждым работником индивидуально с практическим показом безопасных приемов и методов труда.

Кроме этого, каждый сотрудник обязан быть ознакомлен с внутренним распорядком правил, о которых его также информирует инженер по технике безопасности или лицо, на которое приказом руководителя возложена работа по охране труда и технике безопасности.

Для обеспечения безопасности, на территории магазина присутствуют планы эвакуации, кнопки для сигнализации о возгорании, огнетушители и несколько запасных выходов, которые представлены на рисунках 6, 7 и 8.



Рисунок 6 – План эвакуации и кнопка для сигнализации о возгорании



Рисунок 7 – Огнетушитель



Рисунок 8 – Эвакуационный выход

1.3 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Чтобы обеспечить эффективное течение бизнес-процессов и распределение обязанностей между различными уровнями управления и сотрудниками, на предприятии соблюдается установленная организационная структура, которая представлена на рисунке 9.

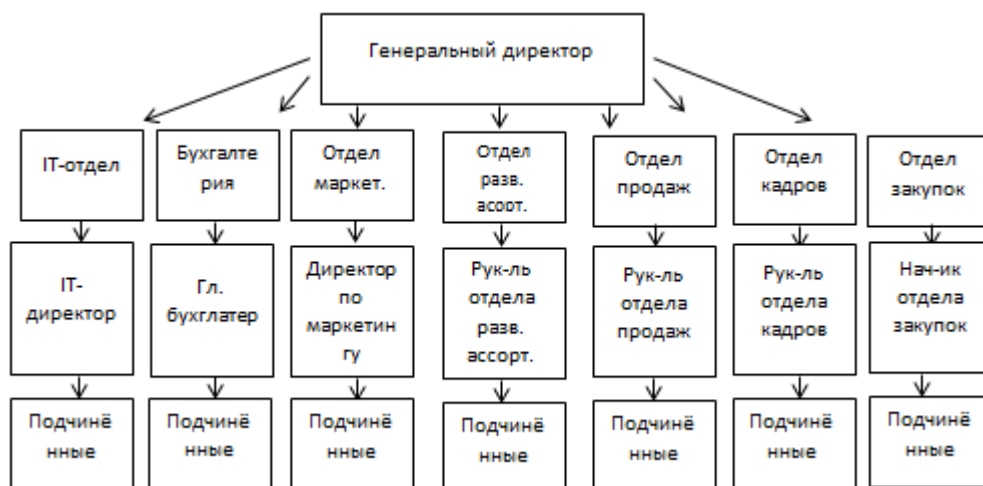


Рисунок 9 – Организационная структура магазина «Зелёный остров», 2025 год

Как можно увидеть на рисунке, во главе стоит генеральный директор, который имеет в своем распоряжении контроль над всеми отделами. Главная его задача – распределение ролей и контроль за выполнением задач сотрудников. Общее число штатных сотрудников – 55, из них 9 сотрудников коммерческого отдела.

ИТ-отделом руководит ИТ-директор, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: стратегическое планирование, разработка и реализация информационных технологий, управление ИТ-инфраструктурой компании и др.

Отделом бухгалтерии руководит главный бухгалтер, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: организация постановки и ведения бухгалтерского учёта, формирование учётной политики, участие в проведении финансового анализа и др.

Отделом маркетинга руководит директор по маркетингу, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: разработка и контроль реализации маркетинговой стратегии компании, контроль проведения маркетинговых исследований, прогнозирование экономических показателей деятельности предприятия и др.

Отделом продаж руководит руководитель отдела продаж, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: составление и контроль выполнения плана продаж, оптимизация и развитие каналов сбыта и др.

Отделом кадров руководит руководитель отдела кадров, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: подбор, отбор и расстановку кадров на основе оценки их квалификации, личных качеств и пр., разработка кадровой политики, разработка кадровой стратегии и др.

Отделом закупок руководит начальник отдела закупок, лицо, в задачи которого (помимо контроля над сотрудниками своего отдела) входят: анализ поставщиков, оптимизация расходов, составление отчётов о выполнении планов закупки и др.

Организационная структура является необходимым инструментом для грамотного управления предприятием. Она определяет, кто и за что отвечает, с кем коммуницирует, кто ставит задачи и кто их обязан выполнить. Без организационной структуры сотрудники не понимали бы свои задачи и роль в деятельности предприятия, вследствие чего, предприятие сталкивалось бы с неэффективностью в работе, путаницей в распределении обязанностей и снижением общей производительности.

Отчёт о подробных финансовых результатах компании за период 2022-2024 год представлен на рисунке 10 и 11 [1].

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2024 г.	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.
1	2	3	4	5	6
Актив					
I. Внеоборотные активы					
	Нематериальные активы	1110	6 600	6 692	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	653 726	731 419	627 172
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	209 106	186 684	166 234
	Прочие внеоборотные активы	1190	0	-	879
	Итого по разделу I	1100	869 432	924 795	794 285
II. Оборотные активы					
	Запасы	1210	693 778	614 863	564 280
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	18 554	12 785	21 792
	Дебиторская задолженность	1230	50 054	36 743	44 904
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	820	3 320	3 320
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	71 423	139 765	85 035
	Прочие оборотные активы	1260	163	366	1 088
	Итого по разделу II	1200	834 792	807 842	720 419
	БАЛАНС	1600	1 704 224	1 732 637	1 514 704

Рисунок 10 – Отчёт о подробных финансовых результатах компании ООО «ИДЕЯ» за период 2022-2024 год

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2024 г.	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.
1	2	3	4	5	6
Пассив					
III. Капитал и резервы					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	120 000	120 000	120 000
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ²	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	351 953	350 519	297 834
	Итого по разделу III	1300	471 953	470 519	417 834
IV. Долгосрочные обязательства					
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	203 972	184 120	159 875
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	608 785	690 799	605 702
	Итого по разделу IV	1400	812 757	874 919	765 577
V. Краткосрочные обязательства					
	Заемные средства	1510	45 254	14 139	-
	Кредиторская задолженность	1520	358 030	360 589	322 793
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	16 230	12 471	8 500
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	419 514	387 199	331 293
	БАЛАНС	1700	1 704 224	1 732 637	1 514 704

Рисунок 11 – Отчёт о подробных финансовых результатах компании ООО «ИДЕЯ» за период 2022-2024 год

В ходе анализа данных, можно сделать следующие выводы:

- активы компании выросли почти на 16% за два года, что может свидетельствовать о расширении бизнеса или инвестициях;
- показатель внеоборотных активов остаётся почти стабильным, с незначительным снижением в 2022 году и восстановлением в 2023;
- рост оборотных активов более чем на 30% за два года, в особенности рост денежных средств (с 108633 до 139765 рублей) и дебиторской задолженности (с 21892 до 36743 рублей);
- компания накапливает капитал, что свидетельствует о прибыльной деятельности;
- долгосрочные обязательства практически не изменились.

В выводе можно сказать что компания является финансово устойчивой и демонстрирует рост активов и собственного капитала прибыли, а также сохраняет положительную динамику ликвидности. Однако, стоит следить за ростом краткосрочных обязательств, чтобы избежать перегрузки по текущим платежам.

2 Приёмка товаров по качеству и количеству

2.1 Проведение приёмки по количеству и качеству

Эффективное функционирование розничного предприятия невозможно без налаженной системы товарооборота, ключевым этапом которого является приёмка товаров. Процесс приёмки товаров по количеству и качеству представляет собой важнейший элемент логистической цепочки, от которого зависит точность учёта, сохранность товарно-материальных ценностей и удовлетворённость потребителей. Приёмка позволяет подтвердить соответствие поставленных товаров условиям договора, выявить возможные расхождения, дефекты и предотвратить дальнейшие убытки, связанные с продажей некачественной продукции или ошибками в учёте.

Приёмка товаров в магазин «Зелёный остров», расположенного по адресу ул. Калинина 275а, проводится в несколько этапов, каждый из которых важен по-своему.

Первым этапом является подготовка к приёмке товаров. На данном этапе осуществляется предварительная подготовка, направленная на создание условий для быстрой и точной приёмки товаров:

- проверка сопроводительной документации. До прибытия товара или одновременно с его получением ответственное лицо проверяет наличие и корректность оформления следующих документов: товарно-транспортная накладная, счёт-фактура, спецификация, сертификаты качества, ветеринарные и санитарные заключения (при необходимости). Особое внимание уделяется соответствию указанных данных (наименование товара, количество, производитель, условия поставки) договорным условиям;
- подготовка места разгрузки и хранения. Обеспечивается свободный доступ к месту приёмки, подготавливается складское помещение, инвентарь, средства измерения и фиксации. Учитываются требования по температурному режиму, санитарным условиям и безопасности.

Вторым этапом является приёмка товаров по количеству. Основной задачей этого этапа является подтверждение соответствия фактически поступившего количества товаров данным, указанным в документах:

- сверка с документами. Проводится подсчёт единиц продукции (штук, упаковок, паллет и т.д.) и их сопоставление с накладной. Используются средства автоматизации (сканеры штрих-кодов);

- фиксация расхождений. В случае выявления недостачи, излишков или пересорта (несоответствие по наименованию, артикулам, модификациям) составляется акт, в котором фиксируются выявленные отклонения. При наличии существенных расхождений возможна приостановка приёмки до выяснения обстоятельств.

Третьим этапом является приёмка товаров по качеству. На данном этапе проводится визуальный и, при необходимости, экспертный контроль качества товаров:

- визуальный осмотр. Проверяется целостность упаковки, отсутствие механических повреждений, наличие маркировки, сроков годности, соответствие стандартам хранения и транспортировки. Упаковка не должна быть вскрыта, нарушена или загрязнена;
- проверка сопроводительных документов на качество. При поставке пищевых продуктов, бытовой химии, косметики и других товаров, подлежащих санитарному контролю, проверяются наличие и срок действия сертификатов, деклараций соответствия, санитарно-эпидемиологических заключений и других обязательных документов.

Заключительным, четвёртым этапом, является оформление результатов приёмки товаров. После завершения визуального и количественного контроля результаты приёмки оформляются в установленном порядке:

- составление акта приёмки. В случае обнаружения расхождений по количеству или качеству составляется акт (форма ТОРГ-2 или аналогичная), в котором указывается характер и объём выявленных отклонений. Документ подписывается представителями поставщика (при наличии), комиссии или уполномоченными лицами;
- подтверждение приёмки или отказ от партии. При соответствии товара условиям договора оформляется подтверждение приёмки. В случае существенных нарушений (например, брак, просрочка, несоответствие ассортименту) розничное предприятие вправе частично или полностью отказаться от приёмки партии;
- внесение данных в учётные системы. По итогам приёмки данные о поступившем товаре вносятся в систему учёта (1С), с указанием точного количества, даты приёмки и ответственного лица.

Процесс приёмки товаров на розничном предприятии выполняет ряд критически важных функций:

- обеспечение достоверности товарного учёта. Приёмка позволяет своевременно и точно зафиксировать движение товаров, что особенно важно для финансовой отчётности, инвентаризации и анализа товарооборота;

- минимизация рисков. Контроль качества предотвращает реализацию некачественной продукции, которая может навредить потребителям и репутации предприятия. Проверка по количеству исключает недостачи, что снижает финансовые потери;
- повышение доверия покупателей. Продажа продукции надлежащего качества способствует формированию положительного имиджа и лояльности со стороны клиентов.
- эффективное взаимодействие с поставщиками. Наличие актов приёмки и объективных данных позволяет оперативно решать спорные вопросы, направлять рекламации и формировать обоснованные претензии к поставщикам.

Зона приёмки товаров в магазине «Зелёный остров», расположенного по адресу ул. Калинина 275а представлена на рисунках 12 и 13.

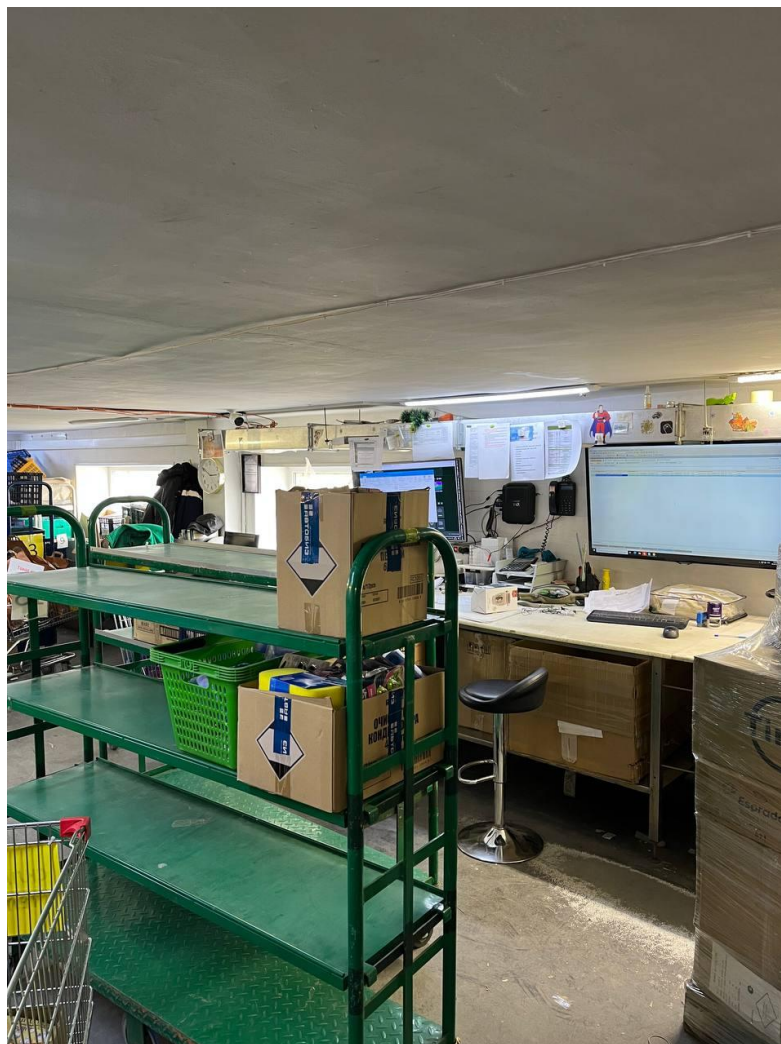


Рисунок 12 – Зона приёмки товара в магазине «Зелёный остров» по адресу ул. Калинина 275а, 2025 год



Рисунок 13 – Зона приёмки товара в магазине «Зелёный остров» по адресу ул. Калинина 275а, 2025 год

2.2 Возможные проблемы, связанные с товаром, в ходе приёмки его по количеству и качеству

Как говорилось выше, процесс приёмки товаров по количеству и качеству является важнейшим этапом в системе товародвижения на розничном предприятии. От его правильной организации зависит точность учёта, сохранность товарно-материальных ценностей и своевременное выявление несоответствий, которые могут повлиять как на внутренние бизнес-процессы, так и на уровень удовлетворённости конечных потребителей.

В ходе приёмки могут возникать различные проблемы, непосредственно связанные с состоянием поступающего товара. Это могут быть количественные отклонения —

недостача, излишки, пересорт, — а также качественные нарушения, такие как повреждение продукции, несоответствие упаковки, наличие брака или истечение срока годности. Причины этих проблем могут быть разными: от ошибок поставщика и нарушений условий транспортировки до недостатков в организации приёмки на самом предприятии.

Проблемы, связанные с количеством товара:

- недостача товара (фактическое количество товара меньше, чем указано в документах). Причинами может быть ошибка при отгрузке, частичная потеря груза при транспортировке, хищения;
- излишек товара (фактическое количество товара больше, чем указано в документах). Может быть следствием ошибки при комплектации заказа у поставщика. Требуется выяснения и корректировки документов, иначе возникают проблемы с учётом;
- пересорт (ассортиментное несоответствие). Вместо заказанного товара поступает другой (например, другой модели, цвета, размера, артикула). Проблема затрудняет размещение и реализацию товаров;
- нарушение фасовки или упаковки (товар поступил в упаковке, отличной от заявленной: другая масса/объём, неполная комплектация). Особенно критично для товаров, реализуемых поштучно или в наборах.

Проблемы связанные с качеством товара:

- повреждение товара (товар имеет механические повреждения, например, царапины, вмятины, сколы, полученные в процессе транспортировки или разгрузки). Может быть как внешне заметным, так и скрытым — проявляется позже;
- нарушение целостности упаковки (порванные, вскрытые, загрязнённые или деформированные упаковки). Может свидетельствовать о попытках подделки, порче или несоблюдении условий хранения;
- истёкший или близкий к окончанию срок годности (особенно критично для продуктов питания, лекарств, косметики и бытовой химии). Такие товары не должны поступать в продажу;
- наличие брака (продукт не соответствует заявленным характеристикам: функциональным, внешним, техническим). Примеры: неработающая электроника, неполная комплектация, ошибки в маркировке;
- нарушение условий хранения и транспортировки (несоблюдение температурного режима, влажности, освещённости и т. д.). Может привести к порче даже визуально «нормального» товара (например, замороженных продуктов, лекарств, цветов).

Смешанные или системные проблемы:

- отсутствие или неправильное оформление сопроводительных документов (нет накладной, сертификатов, инструкций по применению и пр.). Это затрудняет проведение приёмки, оформление учёта, продажу;
- несоответствие маркировки и штрих-кодов (штрих-коды не считываются или не совпадают с внутренней системой учёта). Это приводит к сбоям в автоматизации, путанице при выкладке и реализации;
- смешение партий (в одной поставке — товары с разными сроками годности, от разных поставщиков или разного качества). Усложняет приёмку, требует сортировки и может привести к ошибкам при продаже.

Для того, чтобы избежать проблем, связанных с товаром в ходе его приёмки по количеству и качеству, существует список определённых мер:

- определение конкретных сотрудников, ответственных за приёмку, оформление документов и контроль качества;
- разработка пошаговых процедур по приёмке товара: кто принимает, как сверяется количество и качество, как оформляются документы;
- ознакомление персонала с этими инструкциями и контроль за их соблюдением;
- проверка сопроводительных документов: накладных, спецификаций, сертификатов, деклараций соответствия;
- сверка наименований, количества, артикулов и единиц измерения с данными в заказе;
- особое внимание — на товары с ограниченным сроком хранения: дата производства, срок годности, условия хранения;
- проверка наличия полной и читаемой маркировки, штрих-кодов, информации на упаковке;
- обязательный пересчёт каждой единицы товара;
- осмотр упаковки на наличие повреждений, следов вскрытия, загрязнений и других дефектов;
- фотофиксация (или другая фиксация) дефектов при необходимости;
- оперативное внесение данных о принятом товаре в учётную систему (1С);
- заключение договоров с чётко прописанными условиями приёмки и ответственности за брак и другое.

Пример бракованного товара представлен на рисунке 14



Рисунок 14 – Бракованный товар

Бракованные товары, также, могут быть уценены или списаны (в зависимости от состояния ущерба). Сопроводительные документы представлены в Приложении В и Приложении Г.

2.3 Действия сотрудников при выявлении ошибки в ходе проведения приёмки товаров по количеству и качеству

Ошибки, допущенные в процессе поставки, могут выражаться как в недопоставке, излишках, так и в получении некачественного, повреждённого или не соответствующего заказу товара. В таких ситуациях важно действовать строго в рамках установленных законодательных норм и внутренних регламентов, обеспечивая фиксацию нарушений, оформление необходимых документов, а также оперативную коммуникацию с поставщиком для урегулирования возникшей ситуации.

В данном разделе подробно рассматриваются последовательные действия сотрудников при выявлении указанных ошибок, включая нормативно-правовую базу, порядок оформления документов и особенности взаимодействия с контрагентами.

Первым делом, необходимо зафиксировать факт несоответствия. Сотрудник, принимающий товар, должен сразу же зафиксировать факт несоответствия товара заявленному количеству или качеству. Составляется акт о расхождении (акт о недостатке или браке).

В акте указывается:

- дата и время приёмки;
- наименование и реквизиты поставщика;
- номер и дата накладной/счёта-фактуры;
- перечень выявленных несоответствий (недостача, повреждение, истечение срока годности, отклонения от спецификации и т. д.);
- подписи ответственных лиц.

Нормативно-правовая база: Постановление Госарбитража № П-6 от 25.04.1966 (Инструкция о порядке приемки продукции по количеству и качеству) [2], Гражданский кодекс РФ, ст. 513–524 (обязанности покупателя по приёмке) [3].

Далее, если дефекты требуют подтверждения или возможны разногласия с поставщиком, создаётся внутренняя комиссия. Иногда приглашается независимый эксперт или оценщик, особенно при сложных технических или дорогостоящих поставках.

Состав комиссии:

- представитель склада;
- представитель бухгалтерии/отдела закупок;
- представитель поставщика (по возможности).

Комиссия оформляет акт приёмки с приложением фотографий, заключений и прочих доказательств.

Нормативно-правовая база: Постановление № П-7 Государственного арбитража (о порядке приёмки продукции по качеству) [4]; Закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ [5].

Далее, следует оповестить поставщика. В течение разумного срока, но не позднее чем через 5 рабочих дней (если договором не предусмотрен другой срок), направить поставщику уведомление о выявленных несоответствиях. Форма уведомления: официальное письмо или электронное сообщение с приложением акта, фото и документов, с описанием сути претензии: недостача, повреждение, просрочка, не тот товар и т.п., с требованием: заменить товар, доотгрузить недостающее количество, вернуть денежные средства или предоставить скидку.

Нормативно-правовая база: ГК РФ ст. 483, 518, 520 [6]; Закон РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» [7].

После этого, идёт согласование с поставщиком о дальнейших действиях. Необходимо дождаться ответа от поставщика (обычно, в течение 10 рабочих дней) и согласовать:

- возврат бракованного товара;
- перезагрузку/допоставку;
- скидку/компенсацию;
- расторжение договора (в крайнем случае).

Варианты развития событий могут быть следующими:

- поставщик соглашается — оформляется доп. соглашение и корректируются документы;
- поставщик отказывается — инициируется претензионная работа и возможное обращение в суд.

Если поставщик не может решить проблему, товар с нарушениями подлежит временной изоляции — на складе оформляется отдельное хранение (маркировка «под вопросом» или «брак»). Целями являются:

- исключить реализацию или использование товара до разрешения спора;
- избежать порчи, если товар скоропортящийся.

Нормативно-правовая база: ГК РФ ст. 514 (ответственное хранение) [8]; СанПиН (для продуктов и медизделий) [9].

Далее, оформляются бухгалтерские документы. Вносятся корректировки в бухгалтерские документы: УПД, накладные, возвратные документы, акты расхождений. В случае возврата составляется товарная накладная ТОРГ-12, акт возврата, выставляется корректировочный счёт-фактура.

Нормативно-правовая база: ПБУ, НК РФ, Приказ Минфина РФ № 174н [10]; ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете» [11].

После всех вышеперечисленных действий, идёт архивация и отчётность. Все документы по спорной поставке подшиваются в отдельное дело. Отчётность формируется для руководства. При систематических нарушениях инициируются изменения в условиях договора или поставщик попадает в «чёрный список».

Таким образом, при выявлении ошибок в ходе приёмки товаров по количеству или качеству сотрудники организации обязаны действовать строго по установленному

порядку, регламентированному как внутренними документами предприятия, так и нормами действующего законодательства Российской Федерации.

Ключевыми аспектами правильного реагирования являются:

1. Своевременная фиксация нарушений — позволяет избежать дальнейших убытков и предоставляет юридическую основу для предъявления претензий поставщику;
2. Корректное оформление первичной документации (акт расхождений, акт приёмки, фотофиксация и т.д.) — необходимо для подтверждения факта нарушения и обеспечения доказательной базы;
3. Оперативное уведомление поставщика и ведение официальной переписки — критично для соблюдения сроков, установленных Гражданским кодексом РФ, и для урегулирования спора во внесудебном порядке;
4. Организация ответственного хранения спорного или повреждённого товара — обеспечивает соблюдение требований безопасности и исключает его случайное использование или продажу;
5. Внесение изменений в учётные документы — необходимо для соблюдения налогового, бухгалтерского и управленческого учёта;
6. Формирование отчётности и анализ инцидентов — способствует выявлению системных сбоев в работе с поставщиками и принятию управленческих решений, направленных на снижение рисков.

Соблюдение данного алгоритма не только обеспечивает правовую защиту интересов организации, но и способствует построению прозрачных, надёжных и взаимовыгодных отношений с поставщиками. Кроме того, выработка устойчивой практики приёмки позволяет минимизировать вероятность повторения аналогичных ситуаций в будущем и укрепляет внутренний контроль на всех этапах товарооборота.

3 Определение спроса на отдельный товар/услугу

3.1 Определение товара

Ассортимент магазина «Зелёный остров» очень разнообразен. Магазин разделён на отделы, в каждом из которых представлены определённые группы товаров. В таблице 1 представлены все товарные группы с их краткой характеристикой.

Таблица 1 – Отделы в магазине «Зелёный остров». 2025 год

Отдел	Ассортимент/Продукция
Отдел «Сезон»	Категория товаров, которая обновляется в зависимости от времени года (товары для сада и огорода, климатическая техника, товары для зимнего отдыха, товары для туризма и т.д.);
Отдел «Спальня»	Категория товаров, в которую включены различные спальные принадлежности (комплекты постельного белья, пледы и покрывала, подушки, одеяла и т.д.);
Отдел «Кухня»	Категория товаров, которые находят своё применение на кухне (посуда для приготовления пищи, посуда и товары для выпечки и запекания, текстиль для кухни, ножи, тёрки, доски и т.д.);
Отдел «Столовая»	Категория товаров, схожая с категорией товаров «Кухня». В неё входят товары для непосредственного потребления пищи (коллекции для сервировки стола, посуда для напитков, столовые приборы, сервизы и т.д.);
Отдел «Интерьер и Декор»	Категория товаров, которую созданы для создания уюта в квартире (предметы интерьера, свечи и ароматы, фоторамки, декор для дома и сувениры и т.д.);
Отдел «Ванная и Баня»	Категория товаров, нужных для благоустройства и банных ванных комнат (коврики для ванной комнаты и туалета, аксессуары для бани, аксессуары для ванных комнат, корзины для белья и т.д.);
Отдел «Порядок и Хранение»	Категория товаров, необходимых для поддержания порядка и хранения одежды и непосредственно самой квартиры (швабры, сушилки для белья, коврики для прихожей, плечики и вешалки и т.д.);
Отдел «Детям»	Категория товаров, предназначенных для самых юных членов семьи (игрушки, посуда для детей, уход за детьми, текстиль для детей, товары для детского творчества и т.д.);

Продолжение таблицы 1

Отдел	Ассортимент/Продукция
Отдел «Бытовая химия»	Категория товаров, которые используются для облегчения уборки, стирки, чистки и мытья (чистящие средства, порошки стиральные, средства для мытья посуды, средства от насекомых и т.д.);
Отдел «Праздник»	Категория товаров, которая служит для подготовки к различным мероприятиям и праздникам (игры, хлопушки, серпантин, конфетти, шары воздушные, открытки, конверты и т.д.);
Отдел «Красота и здоровье»	Категория товаров, которые обеспечивают уход за телом (зубные пасты, мыло, гели для душа, мочалки, маски медицинские, вата, бинты, марля и т.д.);
Отдел «Растения и Кашпо»	Категория товаров, служащих для выращивания зелени (цветы, кашпо, грунты и субстраты, дренаж, удобрения и стимуляторы роста и т.д.);

Представленная таблица демонстрирует хорошо продуманную ассортиментную политику торгового предприятия, которая учитывает сезонные изменения, специфические потребности различных групп клиентов и современные тенденции. В представленной таблице описаны различные отделы и категории товаров, которые могут быть предложены в магазине или торговой сети. Каждый отдел ориентирован на определенные потребности и интересы покупателей, что позволяет создать разнообразный ассортимент и удовлетворить запросы различных целевых групп. Таким образом, представленная таблица служит основой для формирования эффективной ассортиментной политики, ориентированной на потребности клиентов и рыночные тенденции.

Каждая из представленных групп товаров имеет разный спрос среди покупателей. Это можно увидеть, обратив внимание на таблицу 2, в которой представлены данные о прибыли от продаж магазина «Зелёный остров», находящегося по адресу ул. Калинина 275а, за период с 1 января 2025 года по 31 января 2025 года.

Таблица 2 - Прибыль от продаж магазина «Зелёный остров» по адресу ул. Калинина 275, в период с 1 января 2025 года по 31 января 2025 года.

Отдел	Категория, подкатегория	Выручка, руб.
«Спальня, одежда»		6 477 446
	Постельные принадлежности	2 734 204
	Постельное бельё	1 964 728
	Текстиль для интерьера	1 778 514
«Одежда»		1 641 048
	Одежда и обувь для женщин	1 150 143
	Одежда и обувь для мужчин	490 905
«Ванная»		2 289 100
«Кухня»		6 440 296
	Посуда	3 762 736
	Кухонные принадлежности	1 224 370
	Хранение на кухне	873 599
	Продукты питания	579 591
«Столовая»		4 593 317
	Столовая посуда и приборы	1 979 142
	Чай/кофе	670 529
	Для холодных напитков	460 843
	Высококачественная посуда	555 904
	Текстиль для кухни	926 000
«Хранение, порядок»		3 682 016
	Хранение	1 033 329
	Уборка	1 846 879
	Стирка	396 482
	Прихожая	405 326

Продолжение таблицы 2

«Красота, здоровье»		8 268 485
	Гигиена	2 802 679
	Косметика	1 770 168
	Для бани и ванной	431 657
	Женский уход	1 827 738
	Мужской уход	1 064 587
	Детский уход	371 656
«Чистота»		3 277 639
	Стирка и уход за тканями	1 039 304
	Средства для уборки и ухода	2 238 335
«Интерьер»	Оформление интерьера и декора	1 633 720
«Праздник»	Товары для проведения праздников	2 174 017
«Сезон»	Сезонные товары	2 579 690
	Комнатные растения и уход	828 235
	Сад и огород	162 564
	Лето	1 107
	Товары для пикника	108 024
	Товары для туризма	27 020
«Канцелярия»	Канцелярия	236 316
«Мебель»	Мебель	179 295
«Игрушки и книги»	Игрушки и книги	81 927

В ходе анализа таблицы можно получить информацию о том, какой из отделов магазина приносит ему наибольшую часть прибыли. В случае магазина «Зелёный остров», расположенным по адресу ул. Калинина 275, данный отдел товаров – «Красота и здоровье» с прибылью 8268485 рублей в период с 1 января 2025 года по 31 января 2025 года. Товары, представленные в данной категории товаров, пользуются наибольшей популярностью среди покупателей, а значит, что ассортиментная политика данной категории товаров выстроена грамотно. Наименьшую прибыль (из основных категорий

товаров) приносит категория товаров «Одежда». Товары «Одежда и обувь для мужчин» принесла прибыль 490905 рублей, а «Одежда и обувь для женщин» - 1150143 рублей соответственно.

3.2 Изучение широты, полноты, устойчивости группы товаров «Одежда»

Для определения, почему группа товаров «Одежда» пользуется таким малым спросом, можно провести исследование.

Во-первых, необходимо задействовать широту ассортимента. Как было сказано выше, широта ассортимента определяется количеством ассортиментных групп во всей совокупности товарной продукции организации и оценивается коэффициентом широты.

Согласно формуле, коэффициент широты равен частному из действительной широты на базовую широту, которое умножается на 100 процентов.

Возьмём товары «Обувь домашняя женская», «Домашняя женская одежда», «Обувь мужская домашняя», «Домашняя мужская одежда».

Рассчитав коэффициенты широты, получается:

1. $3 / 4 * 100\% = 75\%$;
2. $5 / 6 * 100\% = 83,3\%$;
3. $4 / 4 * 100\% = 100\%$;
4. $3 / 4 * 100\% = 75\%$;

Выводом из этого следует, что:

- текущий ассортимент домашней женской обуви на 75% соответствует желаемой широте;
- текущий ассортимент домашней женской одежды на 83,3% соответствует желаемой широте;
- текущий ассортимент домашней мужской обуви на 100% соответствует желаемой широте.
- текущий ассортимент домашней мужской одежды на 75% соответствует желаемой широте;

Вне контекста данный показатель дает мало информации. Если задача представить самый широкий выбор в городе, то нужно рассчитать коэффициент широты конкурентов и сравнить результаты. Но Слишком большой выбор товара способен дезориентировать потребителя. Покупатель в магазине просто не увидит или не найдет нужный товар.

Поэтому при оценке широты стоит ориентироваться не только на значение показателей, но и на восприятие потребителей.

Теперь проведём расчёт коэффициента полноты ассортимента. Согласно формуле, коэффициент широты равен частному из действительной полноты на базовую полноту, которое умножается на 100 процентов.

Возьмём товары «Обувь домашняя женская», «Домашняя женская одежда», «Обувь мужская домашняя», «Домашняя мужская одежда».

Рассчитав коэффициенты полноты, получается:

1. $28 / 45 * 100\% = 62,2\%$;
2. $55 / 90 * 100\% = 61,1\%$;
3. $22 / 35 * 100\% = 62,8\%$.
4. $42 / 60 * 100\% = 70\%$

Выводом из этого следует, что:

- текущий ассортимент домашней женской обуви на 62,2% соответствует желаемой полноте;
- текущий ассортимент домашней женской одежды на 61,1% соответствует желаемой полноте;
- текущий ассортимент домашней мужской обуви на 62,8% соответствует желаемой полноте.
- текущий ассортимент домашней мужской одежды на 70% соответствует желаемой полноте.

Теперь проведём расчёт коэффициента устойчивости ассортимента. Согласно формуле, коэффициент устойчивости равен отношению количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей, к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Построим таблицу, для более наглядного анализа устойчивости ассортимента. Возьмём товары «Обувь домашняя женская», «Домашняя женская одежда», «Обувь мужская домашняя», «Домашняя мужская одежда».

Таблица 3 – Анализ устойчивости ассортимента товаров в магазине «Зелёный остров», на период с 18 марта 2025 года, по 22 марта 2025 года

Товарные группы	Количество разновидностей, предусмотренных ассортиментным перечнем	Фактическое количество разновидностей на момент проверок			Ср кол-во разновидностей	Кф устойчивости ассортимента по группам
		18.03.2025	20.03.2025	22.03.2025		
«Обувь домашняя женская»	45	37	32	28	32,3	0,71
«Домашняя женская одежда»	90	60	58	55	57,6	0,64
«Обувь мужская домашняя»	35	31	26	22	26,3	0,75
«Домашняя мужская одежда»	60	46	45	42	44,3	0,74

Вывод: можно сказать, что ассортимент магазина «Зелёный остров» является не совсем устойчивым. Товарная группа «Обувь мужская домашняя» показала лучший результат. Их коэффициент устойчивости равен 0,75. Это говорит о планомерной закупке этих товаров по мере их реализации, по сравнению с остальными товарами. Чуть хуже себя показала товарная группа «Домашняя мужская одежда». Они имеют коэффициент устойчивости 0,74. Замыкают этот список «Обувь домашняя женская» и «Домашняя женская одежда» с коэффициентами 0,71 и 0,64 соответственно.

В ходе анализа широты, полноты и устойчивости ассортимента, можно сделать следующий вывод: предприятие имеет ряд проблем с ассортиментом, в первую очередь, с полнотой и устойчивостью ассортимента представленных товаров. Если не прибегнуть к мерам, у магазина может появиться ряд проблем, таких как:

- упущенные возможности для привлечения клиентов: Отсутствие новых товаров может снизить интерес покупателей и уменьшить поток новых клиентов, которые ищут свежие и актуальные предложения;
- снижение конкурентоспособности: Компании, которые не обновляют свой ассортимент, рискуют отстать от конкурентов, предлагающих новые и инновационные продукты, что может привести к потере доли рынка;
- уменьшение лояльности клиентов: Постоянные клиенты могут начать терять интерес к бренду, если он не предлагает новинок, что может привести к переходу их к конкурентам;
- снижение продаж: Отсутствие новизны может привести к стагнации или даже снижению объемов продаж, так как покупатели могут не находить товаров, которые удовлетворяют их текущие потребности и желания;
- проблемы с имиджем бренда: Бренды, которые не обновляют свой ассортимент, могут восприниматься как устаревшие или неактуальные, что негативно сказывается на их репутации;
- трудности в управлении запасами: Старая продукция может оставаться на складе дольше, чем новая, что может привести к увеличению затрат на хранение и необходимость утилизации устаревших товаров;
- сложности в привлечении внимания: В условиях насыщенного рынка недостаток новизны может затруднить маркетинг и привлечение внимания к бренду.

Простыми словами, низкий потребительский спрос является следствием наличия данных проблем. Всё это напрямую влияет на финансовые результаты магазина, его репутацию и уровень удовлетворенности клиентов.

3.3 Определение причин низкого спроса на группу товаров «Одежда»

Чтобы выявить причину такого низкого спроса на товары, был проведён опрос среди покупателей магазина. Для был проведён опрос среди покупателей, в количестве 30 человек. В опросе содержались вопросы, касающиеся товарной категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров», расположенным по адресу ул. Калинина 275. Перечень вопросов и результаты ответов приведены на рисунках 15, 16, 17, 18, 19.

"Являетесь ли Вы частым покупателем в магазине "Зелёный остров"?"

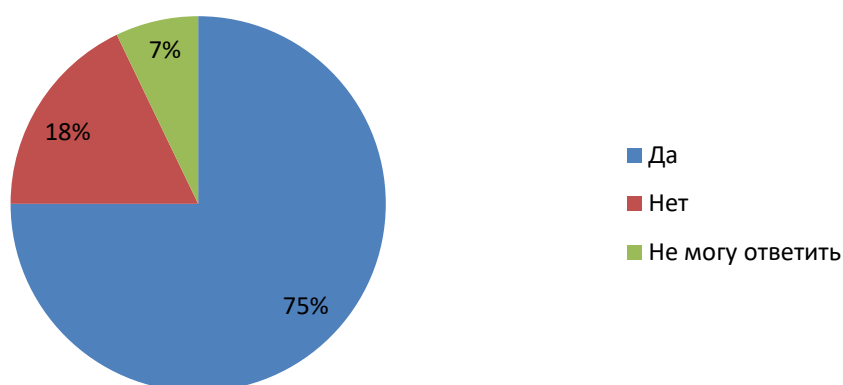


Рисунок 15 – Ответы опрошенных на вопрос «Являетесь ли Вы частым покупателем в магазине «Зелёный остров»?»

В ходе ответов, было выявлено, что большинство опрошенных (75%) являются частыми покупателями магазина «Зелёный остров».

"Насколько часто Вы покупаете одежду в магазине "Зелёный остров"?"

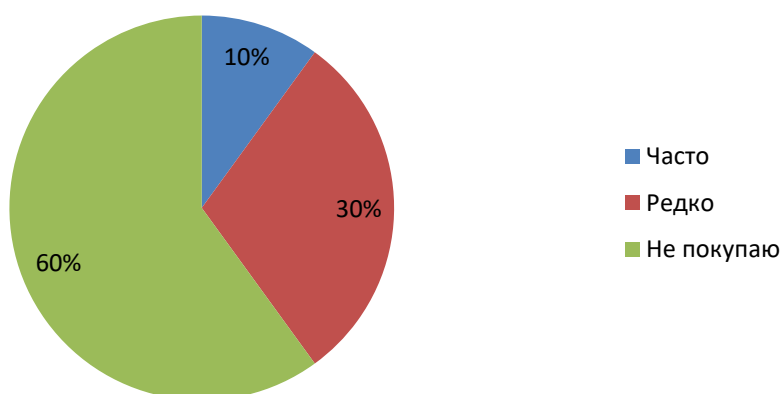


Рисунок 16 – Ответы опрошенных на вопрос «Насколько часто Вы покупаете одежду в магазине «Зелёный остров»?»

В ходе ответов, было выявлено, что большинство опрошенных (60%) не покупают товары категории «Одежда» в магазине. Ещё 30% опрошенных ответили, что редко.

**"Оцените уровень предоставляемых
товаров категории "Одежда" в магазине
"Зелёный остров""**

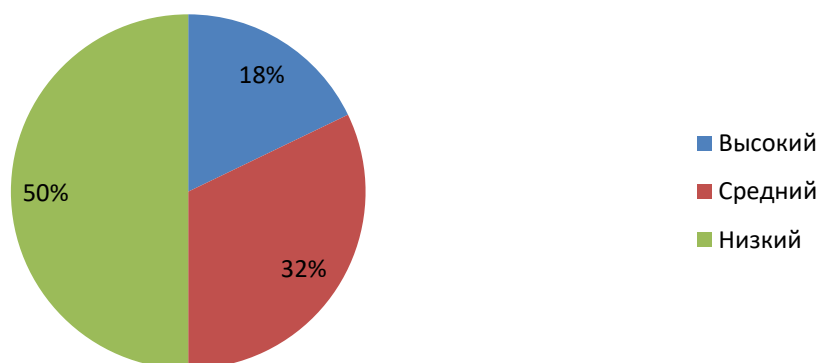


Рисунок 17 – Ответы опрошенных на вопрос «Оцените уровень предоставляемых товаров категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров»»

В ходе ответов, было выявлено, что большинство опрошенных (50%) считают, что уровень предоставления низкий. Ещё 32% считают, что уровень является средним.

**"Оцените качество товаров категории
"Одежда" в магазине "Зелёный остров""**

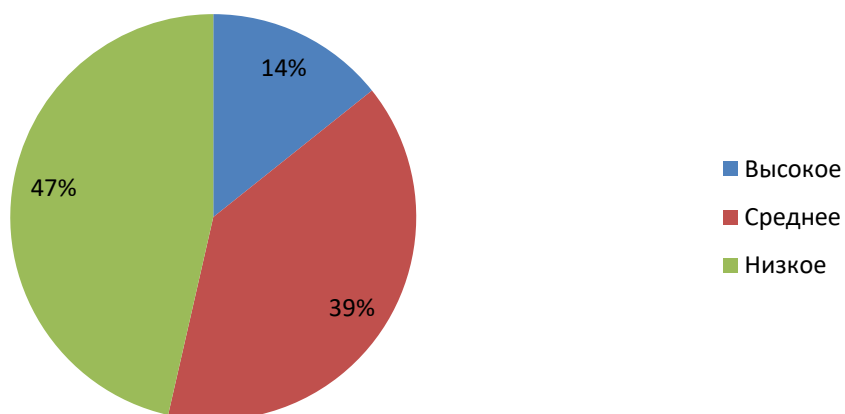


Рисунок 18 – Ответы опрошенных на вопрос «Оцените качество товаров категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров»»

В ходе ответов, было выявлено, что большинство опрошенных (47%) считают, что качество товаров категории «Одежда» является низким. Ещё 39% считают, что качество является средним.

**"Считаете ли Вы, что товары категории
"Одежда" в магазине "Зелёный остров"
являются морально устаревшими?"**

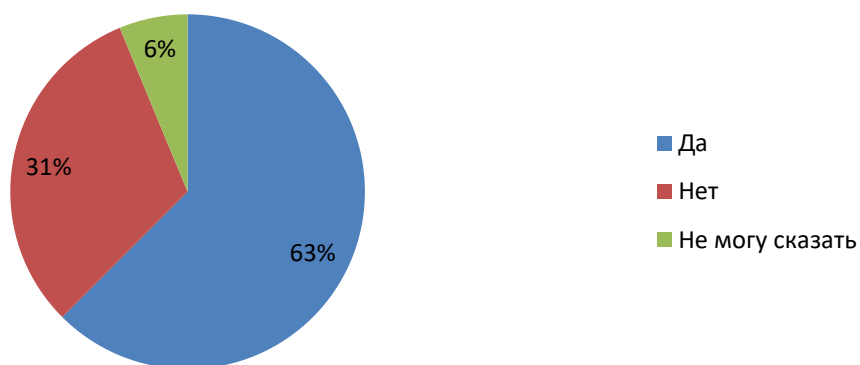


Рисунок 17 – Ответы опрошенных на вопрос «Считаете ли Вы, что товары категории «Одежда» являются морально устаревшими?»

В ходе ответов, было выявлено, что большинство опрошенных (63%) считают, что товары категории «Одежда» являются морально устаревшими.

В ходе анализа опроса среди покупателей, можно сделать вывод о том, что:

- большинство опрошенных являются частыми покупателями в магазине «Зелёный остров»;
- большинство опрошенных не покупают товары категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров»;
- большинство опрошенных считают, что уровень предоставляемых товаров категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров» является низким;
- большинство опрошенных считают, что качество товаров категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров» является низким;
- большинство опрошенных считают, что товары категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров» являются морально устаревшими.

На основании результатов опроса можно сделать несколько ключевых выводов о восприятии магазина «Зелёный остров» и его ассортимента в категории «Одежда».

Во-первых, следует отметить, что большинство респондентов являются частыми покупателями данного магазина. Это свидетельствует о том, что магазин успешно привлекает клиентов и способен удовлетворить их потребности в других категориях товаров. Однако, несмотря на стабильный поток покупателей, существует явная проблема с ассортиментом одежды, которая требует внимания.

Во-вторых, значительное число опрошенных не покупает товары категории «Одежда» в магазине «Зелёный остров». Это может указывать на то, что клиенты не находят в этом магазине подходящие для себя варианты одежды или же предпочитают приобретать одежду в других местах. Данная ситуация может негативно сказаться на общей репутации магазина, так как одежда является важной частью ассортимента любого розничного продавца.

Третий важный аспект – это мнение респондентов о разнообразии и качестве товаров в категории «Одежда». Большинство опрошенных считают уровень разнообразия низким, что может означать, что магазин не предлагает достаточного выбора моделей, стилей и размеров. Это ограничивает возможности клиентов и может приводить к тому, что они ищут альтернативы в других магазинах.

К тому же, респонденты отмечают низкое качество товаров категории «Одежда». Это может быть связано с использованием некачественных материалов или недостаточно тщательным контролем за производственным процессом. Низкое качество одежды может существенно повлиять на решение клиентов о покупке, так как они стремятся инвестировать свои деньги в надежные и долговечные вещи.

Наконец, многие опрошенные считают, что товары категории «Одежда» являются морально устаревшими. Это указывает на необходимость обновления ассортимента и следования современным модным тенденциям. Устаревшие модели могут отталкивать клиентов и создавать негативное впечатление о магазине как о месте, где невозможно найти актуальные и стильные вещи.

В заключение, результаты опроса показывают, что хотя магазин «Зелёный остров» успешно привлекает клиентов в других категориях товаров, его позиция в сегменте одежды требует значительных улучшений.

Заключение

В ходе прохождения практики была изучена деятельность предприятия ООО «ИДЕЯ», специализирующегося на продаже непродовольственных товаров для дома.

Было проведено знакомство с историей создания предприятия, которое зародилось еще в 1996 году и являлось магазином, площадью всего 20 кв.м. Постепенно, магазин развивался, и на данный момент, это целая сеть магазинов, расположенных в таких городах, как: Владивосток, Большой Камень, Находка, Уссурийск, Артём. Был представлен отчёт о финансовых показателях компании и динамика его развития за период с 2022 по 2024 год.

Также, была рассмотрена организационная структура предприятия, основанная на линейно-функциональной модели, что способствует эффективному распределению функций и ответственности. Принцип демократического централизма позволяет поддерживать баланс между управленческими решениями и исполнительными органами.

Было изучено, как проводится приёмка товаров по количеству и качеству: этапы приёмки, возможные проблемы, связанные с товаром, в ходе приёмки его по количеству и качеству, действия сотрудников при выявлении ошибки в ходе проведения приёмки товаров по количеству и качеству. Материал был описан подробно, с отсылкой на нормативно-правовую базу.

Кроме этого, было изучено определение спроса на отдельный товар: определение товара, определение малого спроса группы товаров, способы увеличения спроса на группу товаров. В ходе изучения были проведено исследование с расчётом показателей: коэффициент широты товаров, коэффициент полноты товаров, коэффициент устойчивости товаров. Также, был проведён опрос среди покупателей.

В заключение можно отметить, что ООО «ИДЕЯ» обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития и расширения. Однако для минимизации рисков и повышения конкурентоспособности необходимо активнее использовать современные маркетинговые инструменты и оптимизировать внутренние процессы.

Список использованных источников

1. Checko.ru, URL: <https://bo.nalog.ru/download/bfo/pdf/4733345?period=2024&detailId=51888956> дата обращения: 16 апреля 2025 год).
2. Постановление Госарбитража № П-6 от 25.04.1966 (Инструкция о порядке приемки продукции по количеству и качеству), (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
3. Гражданский кодекс РФ, ст. 513–524 (обязанности покупателя по приёмке), (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
4. Постановление № П-7 Государственного арбитража (о порядке приёмки продукции по качеству), (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
5. Закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ, (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
6. ГК РФ ст. 483, 518, 520, (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
7. Закон РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей», (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
8. ГК РФ ст. 514 (ответственное хранение), (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
9. СанПиН (для продуктов и медизделий), (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
10. ПБУ, НК РФ, Приказ Минфина РФ № 174н, (дата обращения: 16 апреля 2025 год).
11. ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете». (дата обращения: 16 апреля 2025 год).

Приложение А

Устав компании



УТВЕРЖДЕН
Решением единственного
участника общества
№ 35 от «13» июля 2022 г.

УСТАВ

ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

«ИДЕЯ»

Российская Федерация
Приморский край
г. Владивосток
2022 г.
(новая редакция)

Приложение Б
Счёт-фактура

Универсальный
передаточный
документ

Статус **1**

1 – счёт-фактура и
передаточный
документ (арт)
2 – передаточный
документ (арт)

Счёт-фактура №
Исправление №

239 от 09 апреля 2025 г. (1)
— от — (1a)

Продавец:
Адрес:
ИНН/КПП продавца:
Грузоотправитель и его адрес:
Грузополучатель и его адрес:
К платежно-расчетному документу №
Документ об отгрузке
Покупатель:
Адрес:
ИНН/КПП покупателя:
Валюта: наименование, код
Идентификатор государственного контракта, договора (соглашения) (при наличии):

Общество с ограниченной ответственностью "Джалан Парто" (ООО "Джалан Парто")
690087, Приморский край, Владивосток, Снеговая, дом № 1, строение 4
2543018004/254301001
он же
Общество с ограниченной ответственностью "ИДЕЯ", ... , Владивосток "Зеленый Остров", Калинина, 275 А, ... , дом, литера, кв.
УПД № 239 от 09 апреля 2025 г.
Общество с ограниченной ответственностью "ИДЕЯ"
690021, Владивосток, Калинина, дом № 275, корпус 1, оф. 63
2536221990/253601001
Российский рубль, 643
(при наличии):

(2)
(2a)
(2b)
(3)
(4)
(5)
(5a)
(6)
(6a)
(6b)
(7)
(8)

Приложение № 1 к постановлению Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2011 г. № 1137
(в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 16 августа 2024 г. № 1096)

Код товара/ работ, услуг	№ п/п	Наименование товара (описание выполненных работ, оказанных услуг), имущественного права	Код вида товара	Единица измерения		Коли- чество (объем)	Цена (тариф) за единицу измерения	Стоимость товаров (работ, услуг), имуще- ственных прав без налога - всего	В том числе сумма акциза	Нало- говая ставка	Сумма налога, предъяв- ляемая покупателю	Стоимость товаров (работ, услуг), имуще- ственных прав с налогом - всего	Страна происхождения товара		Регистрационный номер декларации на товары или регистрационный номер партии товара, подлежащего прослеживаемости
				код	условное обозна- чение (нацио- нальное)								циф- ро- вой код	краткое наиме- нование	
A	1	1a	16	2	2a	3	4	5	6	7	8	9	10	10a	11
	1	Ароматизатор с пропиткой NAPOLEX HT404 (SQUASH)	796	шт		10,000	165,00	1 650,00	без акциза	20%	330,00	1 980,00	—	—	—
	2	Ароматизатор с пропиткой NAPOLEX HT408 (LEMON LIME)	796	шт		5,000	165,00	825,00	без акциза	20%	165,00	990,00	—	—	—
Всего к оплате								2 475,00	X		495,00	2 970,00			

Документ
составлен на
1 листе

Руководитель организации
или иное уполномоченное лицо
Индивидуальный предприниматель
или иное уполномоченное лицо

Шалин А. А.
(подпись)
(ф.и.о.)

Шалин А. А.
(подпись)
(ф.и.о.)

Основание передачи (сдачи) / получения (приемки)

Основной договор

(договор, доверенность и др.)

[8]

Данные о транспортировке и грузе

(транспортная накладная, поручение экспедитору, экспедиторская / складская расписка и др. / масса нетто/ брутто груза, если не приведены ссылки на транспортные документы, содержащие эти сведения)

[9]

Товар (груз) передан / услуги, результаты работ, права сданы
Директор

(должность) (подпись) (ф.и.о.) Шалин А. А.

[10]

Дата отгрузки, передачи (сдачи)

« 09 » апреля 2025 года

[11]

Иные сведения об отгрузке, передаче

[12]

Иные сведения о получении, приемке

[13]

Иные сведения о получении, приемке

[14]

Иные сведения о получении, приемке

[15]

Иные сведения о получении, приемке

[16]

Иные сведения о получении, приемке

[17]

Иные сведения о получении, приемке

[18]

Иные сведения о получении, приемке

[19]

Иные сведения о получении, приемке

[20]

Иные сведения о получении, приемке

[21]

Иные сведения о получении, приемке

[22]

Иные сведения о получении, приемке

[23]

Иные сведения о получении, приемке

[24]

Иные сведения о получении, приемке

[25]

Иные сведения о получении, приемке

[26]

Иные сведения о получении, приемке

[27]

Иные сведения о получении, приемке

[28]

Иные сведения о получении, приемке

[29]

Иные сведения о получении, приемке

[30]

Иные сведения о получении, приемке

[31]

Иные сведения о получении, приемке

[32]

Иные сведения о получении, приемке

[33]

Иные сведения о получении, приемке

[34]

Иные сведения о получении, приемке

[35]

Иные сведения о получении, приемке

[36]

Иные сведения о получении, приемке

[37]

Иные сведения о получении, приемке

[38]

Иные сведения о получении, приемке

[39]

Иные сведения о получении, приемке

[40]

Иные сведения о получении, приемке

[41]

Иные сведения о получении, приемке

[42]

Иные сведения о получении, приемке

[43]

Иные сведения о получении, приемке

[44]

Иные сведения о получении, приемке

[45]

Иные сведения о получении, приемке

[46]

Иные сведения о получении, приемке

[47]

Иные сведения о получении, приемке

[48]

Иные сведения о получении, приемке

[49]

Иные сведения о получении, приемке

[50]

Иные сведения о получении, приемке

[51]

Иные сведения о получении, приемке

[52]

Иные сведения о получении, приемке

[53]

Иные сведения о получении, приемке

[54]

Иные сведения о получении, приемке

[55]

Иные сведения о получении, приемке

[56]

Иные сведения о получении, приемке

[57]

Иные сведения о получении, приемке

[58]

Иные сведения о получении, приемке

[59]

Иные сведения о получении, приемке

[60]

Иные сведения о получении, приемке

[61]

Иные сведения о получении, приемке

[62]

Иные сведения о получении, приемке

[63]

Иные сведения о получении, приемке

[64]

Иные сведения о получении, приемке

[65]

Иные сведения о получении, приемке

[66]

Иные сведения о получении, приемке

[67]

Иные сведения о получении, приемке

[68]

Иные сведения о получении, приемке

[69]

Иные сведения о получении, приемке

[70]

Иные сведения о получении, приемке

[71]

Иные сведения о получении, приемке

[72]

Иные сведения о получении, приемке

[73]

Иные сведения о получении, приемке

[74]

Иные сведения о получении, приемке

[75]

Иные сведения о получении, приемке

[76]

Иные сведения о получении, приемке

[77]

Иные сведения о получении, приемке

[78]

Иные сведения о получении, приемке

[79]

Иные сведения о получении, приемке

[80]

Иные сведения о получении, приемке

[81]

Иные сведения о получении, приемке

[82]

Иные сведения о получении, приемке

[83]

Иные сведения о получении, приемке

[84]

Иные сведения о получении, приемке

[85]

Иные сведения о получении, приемке

[86]

Иные сведения о получении, приемке

[87]

Иные сведения о получении, приемке

[88]

Иные сведения о получении, приемке

[89]

Иные сведения о получении, приемке

[90]

Иные сведения о получении, приемке

[91]

Иные сведения о получении, приемке

[92]

Иные сведения о получении, приемке

[93]

Иные сведения о получении, приемке

[94]

Иные сведения о получении, приемке

[95]

Иные сведения о получении, приемке

[96]

Иные сведения о получении, приемке

[97]

Иные сведения о получении, приемке

[98]

Иные сведения о получении, приемке

[99]

Иные сведения о получении, приемке

[100]

Приложение В

Акт уценки товаров

Акт уценки № 2558 от 10 апреля 2025 г.

Структурное подразделение (Магазин) 30-01. Радиоприбор

Комиссия в составе:

1. УМ / ОМ Бериславский А.И.

2. ЗПП Александров

3. Менеджер Давыдов

Принято решение об установке новых цен на товар, подлежащий уценке

№ п/п	Код	Наименование товара	Кол-во	Цена с/с	Цена старая	Цена новая	Причина уценки	Цена утверждена УМ / ОМ (ФИО подпись)
1	T2210532	Емкость для сыпучих продуктов Парижские коты 1100 мл	1	587,25	1 119,00	469	уп-ка	<u>А.И. Бериславский</u>
2	T2234333	Набор бокалов для белого вина Colibri 350 мл 6 шт	1	1 110,89	2 149,00	899 749	нет ф.мт.	<u>А.И. Бериславский</u>
3	T00003901	Наматрасник 180 x 200 см на резинке	1	1 663,66	3 879,00	2699	уп-ка	<u>А.И. Бериславский</u>
4	T2252190	КПБ Hotel Collection Семейный страйп-сатин белый 50 x 70 см	1	3 760,48	7 709,00	5399	уп-ка	<u>А.И. Бериславский</u>
5	T2198272	Средство Bio-Mio ЭКО для мытья посуды Мандарин 750 мл	1	401,70	469,00	329	нет дозатора	<u>А.И. Бериславский</u>
6	T2249804	Крем-флюид для лица Asian Great Legends Гинго Билоба 95 мл	1	104,01	149,00	99	уп-ка	<u>А.И. Бериславский</u>
7	T2301774	Свеча в банке красная 9 x 8 см Клен и яблоко	1	232,75	799,00	529	нет упаковки	<u>А.И. Бериславский</u>
8	T2212811	Дозатор для жидкого мыла 21 x 8 x 6 см акрил серый	1	236,15	799,00	299	нет дозатора	<u>А.И. Бериславский</u>
9	T2287995	Эколюдик (травяничик) Единорог голубой	1	226,67	399,00	259	нет этикетки	<u>А.И. Бериславский</u>
10	T2308206	Набор подарочный Шампунь Шаума Совершенная длина 370 мл + Крем-гель для душа Фа Cream & Oil Магнолия	1	372,44	489,00	409 309	уп-ка	<u>А.И. Бериславский</u>

Приложение Г

Акт списания товаров

Акт № 2238 от 28 марта 2025 г.
О фактическом качестве и количестве товара
(списание брака)

Структурное подразделение 30-01. Радиоприбор
Комиссия в составе:

1. Момова А.А. (подпись)
2. Бересткин А.Г. (подпись)
3. Харченко Н.С. (подпись)

№ п/п	Код	Наименование изделия	Штрихкод	Кол-во	Цена с/с	Цена продажи	Причина
1	T1089079	Гель для купания Страна Сказок успокаивающий с лавандой	4607069864206	1	154,23	209,00	
2	T2271983	Половник Софт 29 см	14630039628697 4630039628690 4660043763117	2	161,40	279,00	
3	T2265693	Толкушка для картофеля Apollo Asacia	4630084165539	1	196,28	419,00	
4	T2220105	Ваза Перламутр 12 см	4680091466174	1	144,08	399,00	
5	T2277488	Фигурка Ангелок на облаке 8 х 6 см керамика	4630188360151	1	123,10	419,00	
6	T2225206	Кружка с двойными стенками Дуо 500 мл	6900052088961 6900052088965	1	399,68	799,00	
7	T2210779	Кружка Yours & Mine 400 мл фарфор	4680091440570	1	132,32	349,00	
8	T2078647	Маркер-текстовыделитель зеленый	4030969802502	1	20,13	59,00	
9	T2269012	Будильник Сфера 11 х 9 см цвет бежевый	4630188338174	1	719,75	1 659,00	
10	T2275112	Набор шаров С днем рождения Детский 6 шт латекс фольга	6900052665773	1	161,31	399,00	
11	T2300191	Подставка для столовых приборов 6 х 6 х 14 см черная	4630188394347	1	123,57	319,00	
12	T2308151	Клеёнка Mitto 140 см Тропикана	4660291707710	0,42 0,3	166,15	349,00	
13	T2305247	Кружка Кофейня 530 мл керамика	4620290903292	1	66,54	189,00	
14	T2167764	Стакан Венеция 200 мл низкий	4607029812049 4607029817259	1	20,21	59,00	
15	T1002788	Салатник Chefs 20 см	2000027880010 4606065009338 4606065013045 4606065018538 4606065018552 4606065048825	1	180,38	385,00	
16	T2187286	Опрыскиватель помповый 2 л	4630103915978 6931994498747	1	222,04	739,00	
17	T2235983	Кружка Венера 400 мл серая керамика	4630188307613	1	51,18	139,00	
18	T2291961	Подсвечник с широким дном 6 см	6900094847250	1	150,33	399,00	

**Индивидуальное задание по производственной практике
(по профилю специальности)**

Студент Валеев Гордей Станиславович
обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) прошел(ла)
производственную практику (по профилю специальности) в объеме 144 часов
с «20» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.
в организации ООО «ИДЕЯ»

Виды и объем работ в период производственной практики (по профилю специальности)

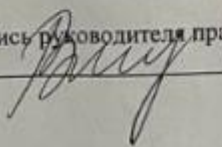
№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
ПМ 01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью 72 ч.		
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику Инструкция по технике безопасности	1
2	Общая характеристика предприятия: – год образования, цель образования; – месторасположение, география рынка; – сфера деятельности, основные виды деятельности; – организационно-правовая форма; перечень учредительных документов; – ресурсы организации; – определение вида, класса и типа предприятия розничной / оптовой торговли; – целевые потребители товаров/ услуг; – сбор и регистрация статистической информации об объемах товарооборота, изменении цен и количества проданного товара в натуральном выражении за два года; – расчет статистических показателей изменения товарооборота; – изучение правил охраны труда в организации.	12
3	Участие в установлении контактов с деловыми партнерами	3
4	Участие в составлении, заключении договоров, контроле за их выполнением	3
5	Изучение претензий и санкций	3
6	Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в организации	4
7	Приемка товаров по качеству и количеству	4
8	Работа со стандартами при приемке товаров по качеству и отпуске их при реализации	3
9	Исследование организации продаж	3
10	Характеристика форм обслуживания покупателей в организации	3
11	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации	3
12	Оказание основных и дополнительных услуг	3
13	Наблюдение за соблюдением обязательных требований нормативных документов, а также требований на добровольной основе ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ	3
14	Ведение деловых коммуникаций с руководством, специалистами, покупателями	3
15	Характеристика логистических процессов в организации	3
16		3

17	Характеристика, используемых приемов и методов закупочной логистики	3
18	Характеристика используемых приемов и методов коммерческой логистики	3
19	Характеристика видов и способа расстановки применяемого оборудования	3
20	Изучение правил эксплуатации оборудования в соответствии с назначением	3
21	Эксплуатация торгово-технологического оборудования	3
	Изучение организации технического обслуживания торгового оборудования	3
ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности		
72ч.		
21	Изучение форм бухгалтерской отчетности организации за два периода	2
22	Контроль и анализ результатов деятельности организации	2
23	Оформление организационно- распорядительных и иных документов с использованием автоматизированных систем	3
24	Проверка правильности составления документации	3
25	Изучение систем хранения документации	2
26	Расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике	2
27	Анализ основных показателей финансово- хозяйственной деятельности;	2
28	Участие в работе по расчету заработной платы	2
29	Участие в составлении финансовых документов и отчетов	2
30	Определение спроса на отдельный товар/услугу	2
31	Идентификация вида спроса и типа маркетинга, цели и стратегии маркетинга	3
32	Участие в проведении маркетинговых исследований рынка	3
33	Определение критериев конкурентоспособности товара/услуги (по выбору)	3
34	Оценка конкурентоспособности товара/услуги (по выбору)	3
35	Изучение порядка ценообразования	3
36	Идентификация целей и методов установления цен	3
37	Расчет цены на отдельный товар/услугу	3
38	Ознакомление с системами скидок/надбавок	3
39	Изучение коммуникативной политики, используемых методов и инструментов	3
40	Выявление основных факторов маркетинговой коммуникации	2
41	Участие в разработке акций по стимулированию сбыта	2
42	Определение целей, стратегии сбытовой политики	2
43	Характеристика используемых каналов сбыта	3
44	Участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий	10
45	Оформление отчета практики	6
	Защита отчета	

Дата выдачи задания «17» марта 2025 г.

Срок сдачи отчета по практике «16» апреля 2025 г.

Подпись руководителя практики

 / Виничук О.Ю., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Валеев Гордей Станиславович
 обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
 прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности модуль ПМ 01) в объеме
 72 часов
 с «20» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.
 в организации ООО «ИДЕЯ»

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной
 деятельности выполнялись следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии	5
	ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	5
	ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству	5
	ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли	5
	ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	5
	ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	5
	ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	5
	ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации	5

	и индексы	
ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	5
ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование	5
Итоговая оценка по ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью		5

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 16.04 2025 г.

Оценка за практику 5

Руководитель практики от предприятия



Берестенко А.Т.
Ф.И.О.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Валеев Гордей Станиславович
 обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
 прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности модуль ЛМ 02) в
 объеме 72 часов
 с «20» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.
 в организации ООО «ИДЕЯ»

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной
 деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	5
	ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	5
	ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	5
	ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	5
	ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	5
	ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	5
	ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка	5

	разработке и реализации маркетинговых решений	5
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	5
ПК 2.9	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	5
Итоговая оценка по ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности		5

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

(освоены на продвинутом уровне/ освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 16.04. 2025 г.

Оценка за практику 5

Руководитель практики от предприятия

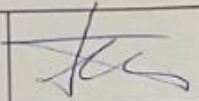
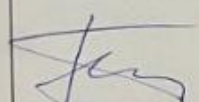


Бератенко А.Г.
Ф.И.О.

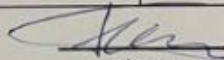
ДНЕВНИК прохождения производственной практики

Студент Валеев Гурден Станиславович
Фамилия Имя Отчество
 Специальность/профессия коммерция (по отраслям)
 Группа СКМ-23-1
 Место прохождения практики ООО Угея
 Сроки прохождения с «20.03.25» по «16.04.25»
 Инструктаж на рабочем месте «29» 03 2025г. А.Т.
дата подпись Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
21 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в организации	5	
22 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Исследование организации продаж	5	
18 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Характеристика видов и способа расстановки применяемого оборудования	5	
25 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Изучение правил эксплуатации оборудования в соответствии с назначением	5	
26 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Ознакомление с системами скидок/надбавок	5	
27 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Оказание основных и дополнительных услуг	5	
28 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Эксплуатация торгового технологического оборудования	5	
29 марта	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации,	5	

	продаже, их выкладке и реализации, Эксплуатация торгово- технологического оборудования	5	
16 апреля	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, Эксплуатация торгово- технологического оборудования	5	




подпись

Беремеев А.Г.
Ф.И.О.

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики студента (ки)

Студент Валеев Гордей Станиславович _____ № _____
(ФИО студента)
курса/группы
 проходил практику с 20.03 2025 г. по 16.04.2025
2025 г. на ООО «ИДЕЯ»
название предприятия

в подразделении _____
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 12 дней, из них по уважительной причине отсутствовал _____ дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдает не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники

безопасности: Студент не справился со следующими видами работ:

За время прохождения практики показал, что

Валеев Гордей Станиславович

что умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя Зорькин Борис

В рамках дальнейшего обучения и прохождения (указать вид) практики студенту можно порекомендовать: _____



[Signature]
подпись

Бератенко А.Г.
И.О. Фамилия

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Валеев Гордей Станиславович
Подразделение Академический колледж Группы С-КМ-23-1
согласно приказу ректора № 345-а от 11.03.2025 года
направляется в ООО "Идея", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» на срок 5 недель с 20.03.2025 года по
16.04.2025 года.

Руководитель практики Виничук О.Ю.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО Идея	с 20.03 по 16.04	

