СОДЕРЖАНИЕ

Введение.

Коммерческий проект:

1.Определение названия магазина и режима его работы.....5

2.Определение вида ,класса , типа предприятия розничной торговли.....7

3.Формирование уникального торгового предложения.....24

4.Разработка плана устойчивого развития магазина……....26

5.Определение организационно-правовой формы торгового предприятия. Определение документов, необходимых для открытия магазина.....27

6.Определение перечня Правил торговли и иных нормативных документов, регулирующих деятельность магазина……...30

7.Определение месторасполоения магазина. Расчет радиуса обслуживания..35

8. Определение портрета целевого потребителя.....36

9.Разработка структуры управления магазином.....41

10.Разработка штатного расписания……..….43

11.Разработка графиков выхода на работу сотрудников магазина……..45

12.Разработка должностных инструкций сотрудников магазина…….48

13.Разработка внешнего вида продавца…….49

14.Определение материальной ответственности в магазине……51

15.Проектирование технического оснащения магазина. магазина……..54

16.Разработка инструкции по технике безопасности условий труда в магазине……..57

17.Определенние ассортимента товаров в магазине .Расчет показателей оптимизации ассортимента товаров……58

18.Определение основных и дополнительных услуг для магазина. Определение требований к услугам, оказываемым в магазине согласно ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. Расчет уровня логистического сервиса……....61

19.Разработка алгоритма подготовки магазина к добровольной сертификации услуг розничной торговли……65
20.Определение необходимой информации для магазина……..66
21.Разработка торгово-технологического процесса для магазина. Составление технологической карты торгово-технологического процесса для магазина...72
22.Разработка бизнес-процесса "Приемка товаров" на примере одного из товаров присутствующих в ассортименте магазина…….80
23. Разработка стандарта бизнес-процесса "Подготовка к продаже товара" на примере одного из товаров ,присутствующих в ассортименте магазина…...84
24. Определение форм и порядка оплаты при продаже товаров. Разработка стандарта бизнес-процесса "Обслуживание потребителя в узле расчета"…..86
25. Разработка стандарта бизнес-процесса "Обмен и возврат товаров" на примере одного из товаров, присутствующих в ассортименте магазина…...90
26. Разработка схемы расположения товаров в торговом зале……92
27. Разработка планограммы выкладки одной из товарных групп в магазине……..93
28. Определение поставщиков для формирования ассортимента товаров в магазине……..94
29. Решение задачи "сделать или купить"……..96
30. Выбор поставщиков через расчет рейтинга……..97
31. Разработка коммерческого договора с одним из поставщиков товаров в магазин…….…….99
32.Разработка претензии одному из поставщиков в связи с нарушением последним условий коммерческого договора……..103
33. Разработка плана открытия магазина…….….105
Заключение
Приложения
Список использованных источников

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире процессы проектирования и планирования играют важную роль в деятельности любого предприятия. Грамотный и четко составленный бизнес-план может помочь компании эффективно начать свою деятельность и вывести ее на новую ступень развития. В новых экономических условиях современный рынок и бизнес-проектирование предстают как взаимодополняющие компоненты одного механизма. Эффективное ведение бизнеса в любой сфере требует разработки использования методов делового проектирования и инвестиционного анализа, которые отвечают современным тенденциям и бизнес-требованиям.

Правильно подготовленный бизнес-проект в итоге способен ответить на вопрос: необходимо ли финансировать создание данной компании и способна ли она принести доход, который покроет все затраты и позволит компании получать прибыль. В настоящее время организация новых торговых предприятий как для их основателей, так и для общества в целом, становятся неотъемлемой частью всех существующих процессов.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе выступает коммерческий проект.

Предметом исследования в выпускной квалификационной работе является оценка эффективности коммерческого проекта.

Цель данной выпускной квалификационной работы – создание коммерческого проекта по открытию розничного торгового предприятия на примере магазина товаров для новобрачных.

Что бы не происходило в мире, во все времена влюбленные заключали браки. Свадьба является одним из важнейших событий в жизни. Центральными фигурами на свадьбе являются жених и невеста, и именно они с особым трепетом относятся к подготовке.

Очень важно чтобы этот день запомнился на всю жизнь, а для этого необходимо не только выбрать место для торжества, но и подобрать подходящий наряд .

В работе использованы нормативно-правовые источники и документы, которые действуют на территории РФ, и относятся к проектной деятельности.

В качестве основных методов работы были применены такие методы как экономико-статистический анализ, системный анализ, ситуационный анализ, комплексный метод, аналитико-прогностический метод.

Вышеуказанные объект исследования, предмет исследования, цель и задачи стали предопределяющими для логики изложения и структуры данной выпускной квалификационной работы, которая состоит из введения, основной части и заключения, а также списка использованной литературы.

Введение включает в себя определение предмета и объекта работы, а также основной цели и задач. Основная часть работы содержит описание коммерческого проекта по открытию розничного торгового предприятия на примере магазина товаров для новобрачных. В заключении данной выпускной квалификационной работы приводятся выводы по выполненному анализу.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что данный коммерческий проект может быть использован для открытия магазина товаров для новобрачных.

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАЗВАНИЯ И РЕЖИМА РАБОТЫ

В данной работе будет разработан бизнес-план для магазина «Товары для новобрачных».

Для открытия магазина подобного профиля необходимо подобрать подходящее название и режим работы ,который будет удобен не только для клиентов ,но так же и для сотрудников.

Название должно быть кратким и ёмким ,а главное легко запоминающимся.

Исходя из того, на чем будет специализироваться магазин я выбрала несколько подходящих названий :

- «Ромео и Джульетта»
- «Provence»
- «Счастливый день»
- «Белый танец»

Проанализировав каждый вариант ,я решила остановить свой выбор на втором варианте, «Provence».

По моему мнению, именно это название является более подходящим для магазина специализируемого на товарах для новобрачных.

Почему же именно Provence? Provence(Прованс)-историческая область на юго-востоке Франции. Пожалуй самый французский и самый романтичный регион.

При упоминании Прованса в мыслях возникают пейзажи огромных полей лаванды ,ароматы трав и хочется наслаждаться жизнью ,вкушать все красоты природы ,впитывать солнечные лучи.

«Provence» -это Франция ,а Франция самая романтичная страна во всем мире.

Я считаю, что данное название будет привлекательно для потенциальных клиентов, так как, при упоминании «Прованса» я думаю каждый человек испытывает положительные эмоции, а учитывая специализацию магазина рассматриваемого в работе ,положительные эмоции очень важный фактор в привлечении клиентов.

Также необходимо рассмотреть режим работы магазина, он должен быть удобен для покупателей и для сотрудников.

Режим работы магазина:
С понедельника по пятницу
с 10:00 до 20:00
Суббота ,воскресенье
с 11:00 до 20:00

2.ОПРЕДЕЛНИЕ ВИДА, КЛАССА , ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Согласно ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли, я определила тип, вид, класс магазина, все данные указаны в таблице.

Таблица 1.

Признак классификации предприятия торговли	**Идентификация магазина**
По форме собственности	Частная собственность
По виду торговли	Предприятие розничной торговли
По специализации торговой деятельности	Специализированная торговая деятельность
По способу организации торговой деятельности	Автономная торговая деятельность
По виду торгового объекта	Стационарный торговый объект
По формам торгового обслуживания покупателей	Обслуживание по образцам Обслуживание по предварительным заказам Обслуживание по каталогам
По условиям реализации товаров(наличию или отсутствию торгового зала)	Магазин
По типу предприятия торговли	Магазин «Товары для новобрачных»

Таблица 2.

Определение типа магазина

Предприятие торговли			Площадь торгового объекта,м2	Ассортимент товаров	Форма торгового обслуживания покупателей	Отличительные предприятия
Специализация торговой деятельности	Тип предприятия	Вид торговли				
Неспециализированное предприятие торговли с комбинированным ассортиментом.	Товары для новобрачных.	Розничная торговля.	100	Комбинированный ассортимент товаров для определенного контингента покупателей в соответствии со специализацией.	Обслуживание по образцам ,по каталогам ,по предварительным заказам ,индивидуальное обслуживание.	Возможна реали дистанционным Оказание допол

Санитарно-эпидемиологические требования к данному магазину

Таблица 3

Показатель	Нормативный документ, регламентирующий санитарно-эпидемиологическое требование	Характеристика показателя в данном магазине
Требования к размещению организации торговли	Федеральный закон от 30.12.2009 г. № 384-ФЗ Технический регламент о безопасности зданий и сооружений	Строительная конструкция и основание здания, в котором располагается магазин, обладает прочностью и устойчивостью. Соответствует требованиям пожарной безопасности. Выполнены требования для безопасного пребывания человека в помещения, соответственное качество воздуха, воды, искусственное и естественное освещение, защита от шума, регулирование влажности в помещении, соблюдается уровень вибрации. Доступ в здание имеют также люди с ограниченными возможностями. Здание не требует больших затрат энергетических ресурсов, проводятся мероприятия по снижению потребления электроэнергии. Здание не оказывает негативного

		влияния на окружающую среду.
Требования к водоснабжению и канализации	СНиП 2.04.01-85 «Внутренний водопровод и канализация зданий»	Здание, в котором располагается магазин, оснащено системой холодного и горячего водоснабжения, температура воды соответствует требуемым нормам. Качество воды также соответствует нормам. В помещении имеются системы автоматического пожаротушения. Здание оснащено системами канализации.
Требования к вентиляции ,кондиционированию, отоплению, освещению помещений и условиям труда работающих	СНиП 41-01-2003 «Отопление, вентиляция и кондиционирование»; СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение»; СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Санитарные нормы. Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки»; СНиП 23-03-2003 «Защита от шума»	Теплоснабжение помещения осуществляется от централизованного источника тепла (тепловая система). Система отопления обеспечивает необходимую температуру воздуха с учетом времени года. Оборудование, обеспечивающие отопление помещения находятся в исправном состоянии. В летнее время года в здании обеспечивается кондиционирование для поддержания должного микроклимата и чистоты воздуха. Уровень шума соответствует нормам. На

		рабочем месте отсутствуют опасные и вредные производственные факторы. Оказание услуг не оказывает никакого опасного воздействия на окружающую среду. Выполнены требования к технологическим процессам, происходящим в магазине
Требования к планировке, размещению и устройству помещений организаций торговли	ПОТ РМ 014-2000	Помещения для организации в них услуг соответствуют требованиям действующих СНиП, СанПиН, ГОСТов и других документов. На предприятии присутствуют санитарно-бытовые помещения. Помещения для приема, хранения и подготовки товаров к продаже располагаются на одном уровне с соответствующим по специализации торговым залом. Полы в помещениях соответствуют СНиП 2.03.13-88, не скользкие, без щелей и выбоин. Помещения располагаются с учетом поточности, с максимальным сокращением путей движения товаров от их приемки к месту реализации. Помещения для

		подготовки и реализации товаров имеют технологическую связь. Двери помещений для приемки и подготовки товаров к продаже имеют ширину 1,4 м. Ширина коридора составляет 1, 7 метров.
Требования к содержанию помещений и оборудованию	СП 2.3.6. 1066-01	Все помещения для организации торговли, оборудование, инвентарь, посуда содержатся в чистоте. По окончании работы проводится влажная уборка. В организациях торговли при проведении уборки помещений используется современное механизированное оборудование. Еженедельно проводится генеральная уборка с последующей дезинфекцией помещений, оборудования, инвентаря, посуды и др. Осветительные приборы, арматура, остекленные поверхности окон и проемов содержатся в чистоте и очищаются по мере загрязнения. Для сбора отходов и мусора в помещениях устанавливаются металлические и

		пластмассовые педальные бачки с крышками. По мере наполнения, но не более чем на 2/3 объема, они должны очищаться, а по окончанию работы промываться разрешенными в установленном порядке для этих целей моющими и дезинфицирующими средствами, затем ополаскиваться горячей водой. Текущий ремонт организаций торговли (побелка, покраска помещений, оборудования и др.) производится по мере необходимости.
Мероприятия по борьбе с насекомыми и грызунами	СП 2.3.6. 1066-01	В организациях торговли не допускается наличие насекомых (вредные членистоногие - тараканы, мухи, рыжие домовые муравьи, комары, крысиные клещи; вредители запасов - жуки, бабочки, сеноеды, клещи и др.). Не допускается наличие грызунов (серые и черные крысы, домовые мыши, полевки и др.) Для борьбы с насекомыми и грызунами используются современные и эффективные средства, разрешенные для

		применения на территории Российской Федерации в установленном порядке. Мероприятия по дезинсекции и дератизации проводятся постоянно и регулярно в установленном порядке. Методика, кратность и условия проведения дезинсекционных и дератизационных работ регламентируется гигиеническими требованиями, предъявляемыми к проведению дезинфекционных, дератизационных и дезинсекционных работ.
Личная гигиена персонала	СП 2.3.6. 1066-01	Лица, поступающие на работу в организации торговли, проходят медицинские осмотры, профессиональную, гигиеническую подготовку и аттестацию в установленном порядке. На каждого работника заводится личная медицинская книжка установленного образца, в которую вносятся результаты медицинских

		обследований и лабораторных исследований, сведения о перенесенных инфекционных заболеваниях, отметка о прохождении гигиенической подготовки и аттестации. В организации торговли создаются необходимые условия для соблюдения правил личной гигиены персонала (наличие мыла, полотенец, туалетной бумаги и др.). Совместное хранение санитарной и домашней одежды в организациях торговли не проводится. Работники организации торговли соблюдают следующие правила личной гигиены: - оставляют верхнюю одежду, обувь, головной убор, личные вещи в гардеробной; - перед началом работы тщательно мою руки с мылом, надевают чистую санитарную одежду, собирают волосы. - работают в чистой санитарной одежде, и меняют по мере загрязнения; - после посещения туалетной

		комнаты тщательно моют руки с мылом; - при появлении признаков простудного заболевания или кишечной дисфункции, а также нагноений, порезов, ожогов сообщают администрации и обращаются в медицинское учреждение для лечения; - сообщают обо всех случаях заболеваний кишечными инфекциями в семье работника; - не принимают пищу на рабочем месте (прием пищи разрешается в специально отведенном помещении или месте).
Требования к соблюдению санитарных правил	СП 2.3.6. 1066-01	Руководитель организации торговли обеспечивает: - наличие в каждой организации торговли настоящих санитарных правил; -выполнение требований санитарных правил всеми работниками организации торговли; - должное санитарное состояние нецентрализованных источников водоснабжения и качество воды в них; -организацию производственного

		контроля; -необходимые условия для соблюдения санитарных норм и правил при приеме, хранении и реализации продукции, гарантирующих их качество и безопасность для здоровья потребителей; -прием на работу лиц, имеющих допуск по состоянию здоровья, прошедших профессиональную, гигиеническую подготовку и аттестацию; - наличие личных медицинских книжек на каждого работника; -своевременное прохождение предварительных при поступлении и периодических медицинских обследований всеми работниками; -организацию профессиональной гигиенической подготовки и переподготовки персонала по программе гигиенического обучения в установленном порядке; -выполнение постановлений предписаний органов и учреждений госсанэпидслужбы; -условия труда работников в

		соответствии с действующим законодательством, санитарными правилами, гигиеническими нормативами; - организацию регулярной централизованной стирки и починки санитарной и специальной одежд; -наличие достаточного количества производственного оборудования и инвентаря, посуды, моющих, дезинфицирующих средств и других предметов материально-технического оснащения; ·-проведение мероприятий по дезинфекции, дезинсекции и дератизации; -своевременный вывоз мусора, утилизацию использованных люминесцентных ламп; -наличие аптечек для оказания первой медицинской помощи и их своевременное пополнение; -организацию санитарно-просветительной работы с персоналом.

3. ФОРМИРОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

«Provence» – новое, но перспективное торговое предприятие, которое будет действовать на территории Российской Федерации, и заниматься продажей товаров для новобрачных.

Делая акцент на многонациональном составе города , мне бы хотелось предложить помимо стандартных свадебных и вечерних нарядов ,национальные костюмы для празднования особых случаев.

Подбирая ассортимент магазина мы акцентируем на традициях и особенностях разных национальностей.

4. РАЗРАБОТКА ПЛАНА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАГАЗИНА

Также для оптимизации процесса по устойчивому развитию магазина предлагаем создать специальную схему, которая представлена в таблице 4.

Таблица 4

План устойчивого развития через достижение целей организации

Общие цели	**Специфические цели или задачи ,которые способствуют достижению общих целей**	**Конкретные действия или шаги .которые позволят выполнить специфические цели или задачи**
1.Инновационные цели	Использовать стратегию инновации (это вектор развития предприятия с учетом направленных изменений в производстве).	Под направленными изменениями понимаются нововведения в моем магазине: в управлении, ассортименте товара, которые определяются и контролируются самим предприятием.
2. Ресурсные цели	Эффективность работы предприятия будет зависеть от уровня кадрового, производственного и социального потенциала.	Отбор более высококвалифицированных кадров, анализ финансовых ресурсов предприятия, снижение трудоемкости и повышение производительности труда.
3. Цель повышения эффективности	Комплекс конкретных мероприятий по росту	Ищем возможность сотрудничать с новыми

деятельности	эффективности деятельности.	клиентами, дополнение ассортимента , заказ товаров.
4. Социальные цели	Снижение отрицательного воздействия на природную среду ,решение проблемы с занятостью населения	Сортировка мусора, обеспечение новы рабочих мест.
5. Доля рынка	Увеличить долю рынка	Соответствие новым тенденциям ; быстрая реакция на запросы клиентов

Все данные мероприятия приведут к достижению основной цели – получение прибыли.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА МАГАЗИНА И НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ЕГО ОТКРЫТИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Магазин будет действовать в организационно-правовой форме-индивидуальный предприниматель (ИП).

ИП «Provence» будет являться физическим лицом, созданным в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации для осуществления хозяйственной деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральными законами и актами.

Преимущества «ИП»:

1. Ощутимый и значимый фактор – минимум отчетности. Это и меньшее число проблем и прочих усложненных моментов.
2. Стопроцентное списание взносов лично за себя. При существовании одного предпринимателя государство позволяет ему списывать оплачиваемые фиксированные взносы. Такие действия приводят к сведению налоговой суммы до нуля..
3. Штрафные меры для ИП лояльнее, нежели для фирм.
4. Затраты на регистрацию, оплату госпошлины ниже, чем у ООО.
5. Документы возможно подготовить самостоятельно. У ООО для отчетности необходима заверка документов нотариусом.
6. Простота государственной регистрации.

При открытия магазина в первую очередь необходимо зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель .Для регистрации «ИП» необходимо обратиться в регистрирующий орган ,предоставив определенные документы:

- Заявление по форме Р21001:подписанное ,заверенное у нотариуса.
- Копии заполнены страниц паспорта.

- Квитанцию об уплате государственной пошлины.
- Копия свидетельства ИНН физического лица.
- Заявление о переходе на УСН

Проект заявления представлен в приложении 1.

Срок государственной регистрации составляет 5 рабочих дней. В результате мы получим следующие документы:

- Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве «Индивидуального предпринимателя»
- Выписку из ЕГРИП
- После этого необходимо открыть лицевой счет в банке.

После получения свидетельства о государственной регистрации в качестве «ИП» можно переходить к оформлению документов для открытия собственного магазина. В первую очередь потребуется оформление следующих документов:

1. Разрешение на право торговой деятельности.

2. Ассортиментный перечень.

3. Заключение Роспотребнодзора.

4. Заключение Государственного пожарного надзора.

5. Договор об аренде торгово-складских площадей для магазина.

6. Внутренние документы, регламентирующие контроль за соблюдением правил пожарной безопасности и санитарных норм.

7. Договоры на вывоз и утилизацию отходов (в том числе бытовых отходов,

относящихся к опасным – например, ртутьсодержащих ламп).

8. Трудовые договоры и должностные инструкции для работников.

9. В торговом зале оформляется стенд («уголок покупателя»), где размещается текст закона «О защите прав потребителей», номера телефонов контролирующих органов и экстренных служб, информацию об обслуживании участников ВОВ и боевых действий, правила продажи лицензируемых товаров (если они у вас реализуются), сведения о сертификатах на товары, книгу для претензий и пожеланий покупателей.

10. Уведомление Роспотребнадзора о начале деятельности.

11. Внесение информации в торговый реестр Удмуртской Республики (Министерство промышленности и торговли УР).

6. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАВИЛ ТОРГОВЛИ ИНОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ

Перечень правил торговли:

1. На предприятиях торговли всех видов и типов должны обеспечиваться безопасность жизни и здоровья покупателей и соблюдение действующих правил торговли

2 На предприятиях торговли должны выполняться требования нормативных правовых актов Российской Федерации и нормативных документов федеральных органов исполнительной власти.

3 Предприятия торговли могут быть расположены в отдельно стоящих зданиях, на первых этажах встроенно-пристроенных зданий, жилых домов или нежилых зданий, в структуре (составе) торговых центров и торговых комплексов, на территории промышленных и иных объектов, за исключением случаев, когда нормативными правовыми актами Российской Федерации установлены ограничения или запреты на их размещение, в том числе по видам продаваемой продукции и услуг, режиму работы и т.д.

4 Предприятия торговли должны быть оснащены удобными подъездными путями и пешеходными доступами к входу, иметь необходимые справочно-информационные указатели. Территория, прилегающая к предприятию, должна быть благоустроена и освещена в темное время суток.

Все предприятия торговли должны иметь погрузочно-разгрузочные площадки или пандусы для разгрузки автотранспорта.

5. Архитектурно-планировочные решения и конструктивные элементы зданий и строений предприятий торговли и используемое техническое оборудование должны соответствовать строительным нормам и правилам

6. При проектировании, выборе места расположения, строительстве и эксплуатации торгового объекта, включая объекты мелкорозничной торговой сети, должны соблюдаться установленные требования:

- к месту расположения и прилегающей территории, архитектурно-планировочному и конструктивному решениям;
- к условиям размещения предприятий торговли в жилых зданиях;
- к системам инженерно-технического обеспечения, включая водоснабжение, канализацию, отопление, вентиляцию, кондиционирование воздуха, газоснабжение, электроснабжение, связь, информатизацию, диспетчеризацию, мусороудаление, вертикальный транспорт (лифты, эскалаторы);
- к пожарной и охранной сигнализациям.

7. Стационарные предприятия торговли должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе быть оснащены искусственным, естественным, аварийным освещением, горячим и холодным водоснабжением, канализационной, отопительной, вентиляционной системами, телефонной связью, системой пожарной сигнализации и автоматической системой пожаротушения, системой охранной сигнализации и видеонаблюдения . Температура, влажность и освещенность помещений должны соответствовать нормам, обеспечивающим сохранение здоровья и

работоспособности персонала на каждом рабочем месте.

8. При размещении предприятий торговли в жилых зданиях в их помещениях должны соблюдаться требования строительных правил по уровню шума, вибрации и звукоизоляции по . Предприятия торговли, занимающие часть жилого здания, должны быть оборудованы отдельным входом (выходом).

9. Предприятие торговли должно быть укомплектовано персоналом с соответствующими профессиональными навыками, знаниями и умениями, прошедшим подготовку по охране труда и требованиям безопасности.

Персонал всех предприятий торговли должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

10. Предприятия торговли должны доводить до сведения покупателей в наглядной и доступной форме необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах и продаваемых товарах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Требования к содержанию информации для потребителей определяются действующим законодательством и правилами продажи товаров отдельных видов .

11. Предприятие торговли должно иметь вывеску с указанием фирменного наименования организации, режима работы, местонахождения, юридического адреса.

12. Минимальные площади отдельных помещений для оказания услуг торговли покупателям, кроме услуги по реализации товаров, устанавливает самостоятельно администрация предприятий торговли.

Ширина проходов между оборудованием в торговом зале должна обеспечивать покупателям удобство выбора и приобретения товаров. Ширина основных эвакуационных проходов в торговом зале должна обеспечивать безопасность пребывания покупателей на предприятии торговли.

13. Организация технологических процессов и рабочих мест персонала должна соответствовать правилам охраны труда на предприятиях торговли .инвалидов и других групп населения с ограниченными возможностями передвижения.

14. На предприятиях торговли должно обеспечиваться стилевое единство интерьера зала, мебели и униформы персонала.

15. На специализированных предприятиях торговли больше половины торговой площади должно быть отведено для торговли товарами, соответствующими специализации торговли.

16. Перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям на предприятиях торговли различных видов и типов, устанавливает самостоятельно администрация предприятий торговли в соответствии с ГОСТ Р 51304.

17. Требования к оформлению вывески, витрин, рекламных материалов, выставочного оборудования и внешнего вида персонала предприятий торговли различных видов и типов устанавливает самостоятельно администрация с учетом положений действующих документов федеральных органов исполнительной власти и нормативных документов.

Существует огромное количество нормативных документов, регулирующих правила торговли розничных предприятий. Основными из них являются:

- · Гражданский кодекс РФ;
- · Закон РФ от 07.02.1992г. N 2300-1 «О защите прав потребителей»
- · Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации»;
- · ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий»
- · ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги розничной торговли, общие требования»
- · ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу».
- Кодекс об административных правонарушениях.
- Трудовой кодекс Российской федерации.
- Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле.
- Закон Российской федерации «О пожарной безопасности» №69-ФЗот 21.12.94.

.

7.ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОРТРЕТА ЦЕЛЕВОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Таблица 5

Пол	Преимущественно женский, не исключается мужской
Возраст	Разновозрастная группа людей
Уровень доходов	Средний уровень доходов
Место проживания	Город Ижевск и ближайшие населенные пункты
Семейное положение	Не замужем
Сфера занятости	Различная сфера занятости

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод, что портрет целевого потребителя определить довольно сложно , так как в магазине подобного типа возможно реализовать не только свадебные платья ,но и вечерние , а так же мужские костюмы и детские наряды .

8. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ МАГАЗИНА.РАСЧЕТ РАДИУСА ОБСЛУИВАНИЯ ДЛЯ МАГАЗИНА

Постоянное развитие и обновление розничных торговых сетей, совершенствование структуры требует рационального размещения предприятий торговли. Они должны, как можно ближе размещаться к населению, обеспечивая высокую эффективность капитальных вложений. Организация сети магазинов в городах предполагают формирование рациональной структуры и правильное размещение с учетом ряда факторов:

·Максимальная близость к населению.

·Возможность организации высококачественного торгового обслуживания.

·Рентабельность хозяйственной деятельности.

·Высокая эффективность капитальных вложений и др.

Опираясь на вышесказанное, удобным местом для открытия

Магазина товаров для новобрачных является ТРЦ «Италмас», находящийся по адресу г. Ижевск, ул. Автозаводская ,2А.

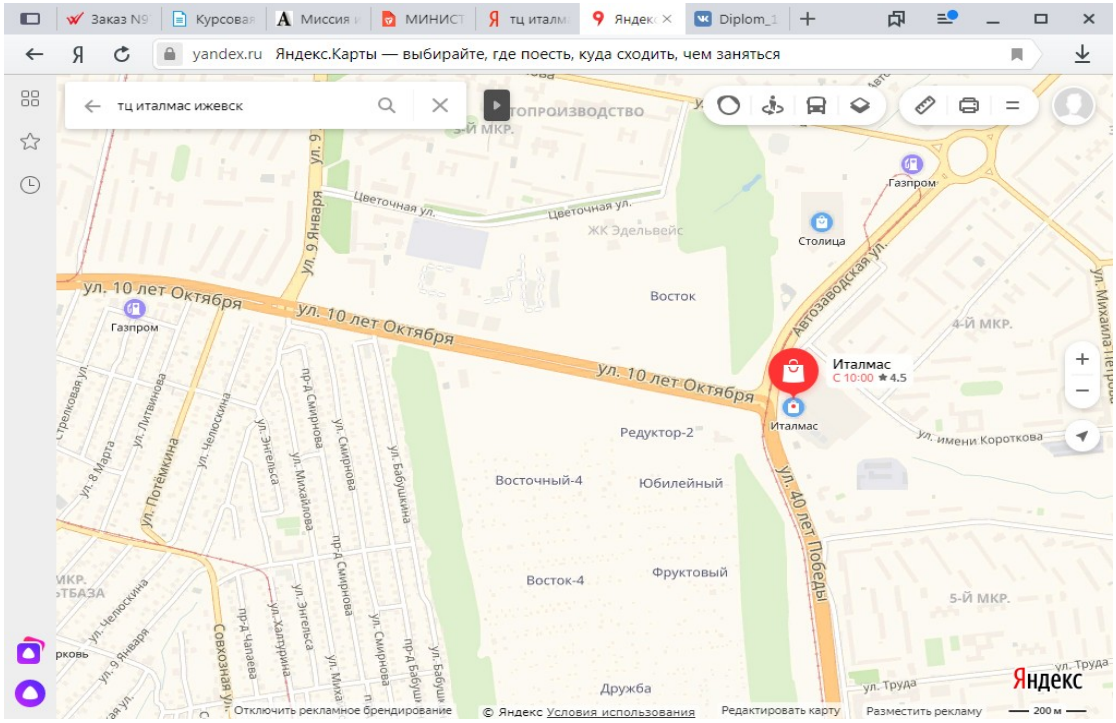


Таблица 6

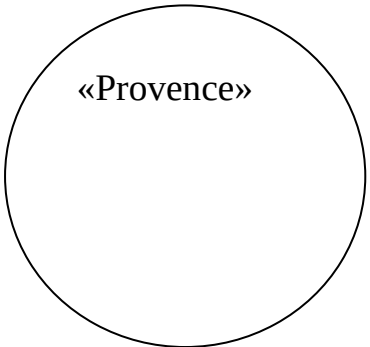
Расчет радиуса торгового пространства

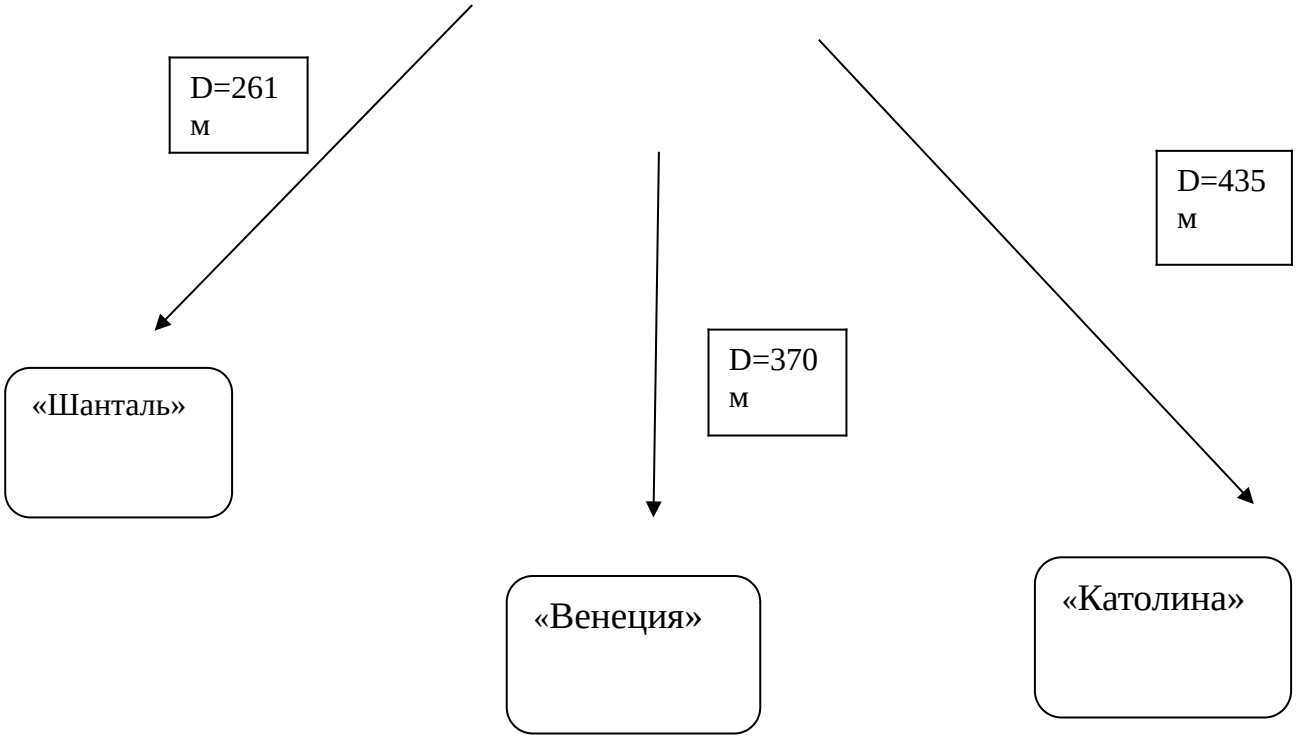
Торговые площади основных конкурентов магазина «Provence»			
Название предприятия	Форма обслуживания	Адрес	Торговая площадь,кв.м.
«Шанталь»	Традиционная	Воровского ,168	200
«Каталина»	Традиционная	Удмуртская ,302	65
«Венеция»	Традиционная	Ленина ,7	20
Итого:			
Расстояние (L)от магазина «Provence» до каждого конкурента(по карте)			
От «Provence» до «Шанталь»		600м	
От «Provence» до «Католина»		1000м	
От «Provence» до«Венеция»		850м	
Равновесные точки(Д) от магазина «Provence» до каждого из			

конкурентов		
Наименование	Формула	Результат
От «Provence» до «Шанталь»	Д=L/(1+√Sб/Sм) Sб – торговая площадь большего предприятия Sм – торговая площадь меньшего предприятия	261м
От «Provence»до «Католина»		435м
От «Provence»до «Венеция»		370м
Площади получившихся треугольников		
S1		297647кв.м.
S2		254164кв.м.
Sобщ.		551811кв.м.
Радиус торгового пространства	Формула	Результат
	R= √Sт.пр./П Sт.пр-площадь торгового пространства П-число пи(3,14)	236м.

По расчетным данным таблицы построим геометрическую модель дислокации магазина «Provence» и его конкурентов.

Равновесные точки откладываются по направлению от предприятий с меньшей торговой площадью к большей и просчитывают площади получившихся треугольников.





Магазин находится на улице Автозаводская, вблизи крупных торговых предприятий, банков, жилого района. Поэтому покупательский поток всегда велик, так как помимо самих жителей города посещают магазин гости столицы. Магазин расположен вблизи остановок общественного транспорта и имеет удобную парковочную площадку, прилегающую к территории торгового центра.

В зонировании территории выделяются 4 основных типа торговых зон:

- 1. Центральная - обычно совпадает с центром деловой активности, действующая торговая сеть и сеть предприятий обслуживания не сбалансирована и ориентируется на обслуживание города в целом.
- 2. Периферийная - совпадает с деловым центром на уровне района.
- 3. Пригородная - совпадает с центром спальных районов города.
- 4. Районная - имеет территориальное ограничение по микрорайону.

Торговый центр «Италмас» расположен недалеко от центральной части города, на пересечении трех крупных магистралей: улицы 40 лет Победы, улицы 10 лет Октября и Автозаводской улицы. Расположение в спальном районе на пересечении основных транспортных магистралей города, с интенсивными потоками движения индивидуального и общественного транспорта, остановки общественного транспорта расположены в пределах 2-5-и минут ходьбы до магазина.

Основной поток покупателей - это люди с разным уровнем дохода. На мой взгляд, место расположения магазина выбрано удачно, что обеспечивает получение большей прибыли.

Ближайшие конкуренты открываемого магазина : «Венеция» , «Католина», «Шанталь», находятся на достаточном расстоянии .

«Венеция» находится по адресу: Ленина, 7. Расписание работы магазина пн-пт: 11:00 - 20:00; сб-вс: 11:00 - 18:00.

«Католина» находится по адресу : ул. Удмуртская, д. 302. Расписание работы магазина : пн-пт 11:00–19:00; сб 11:00–17:00; вс 11:00–15:00 .

«Шанталь» находится по адресу: ул. Воровского, 168 . Расписание работы магазина пн-пт 10:00-20:00;сб 10:00-18:00;вс 11:00-18:00.

9. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ МАГАЗИНОМ

Организационная структура управления будет представлять собой целостную систему, которая будет разработана таким образом, чтобы сотрудники компании могли с максимальным эффектом достичь целей, поставленных перед ними. Организационная структура организации определяет ее состав и иерархическую систему в общей структуре управления.

В данной магазине тип организационной структуры управления – линейный-функциональный. Линейно-функциональная организационная структура управления подразумевает наличие общего руководителя и начальников подразделений, которые должны разделять свое воздействие на сотрудников в соответствии с поставленными перед ними задачами.

Линейно-функциональная структура управления организацией подразумевает, что любой исполнитель сможет часть своей работы передать на нижестоящий уровень.

Преимуществами данной структуры управления магазином является:

1)Есть возможность привлечь к руководству более компетентных, квалифицированных и эрудированных в определенной области специалистов;

2)Имеется оперативность при принятии решений в нестандартных ситуациях;

3)Наличие быстрого роста профессионализма руководителей, исполняющих функциональные роли;

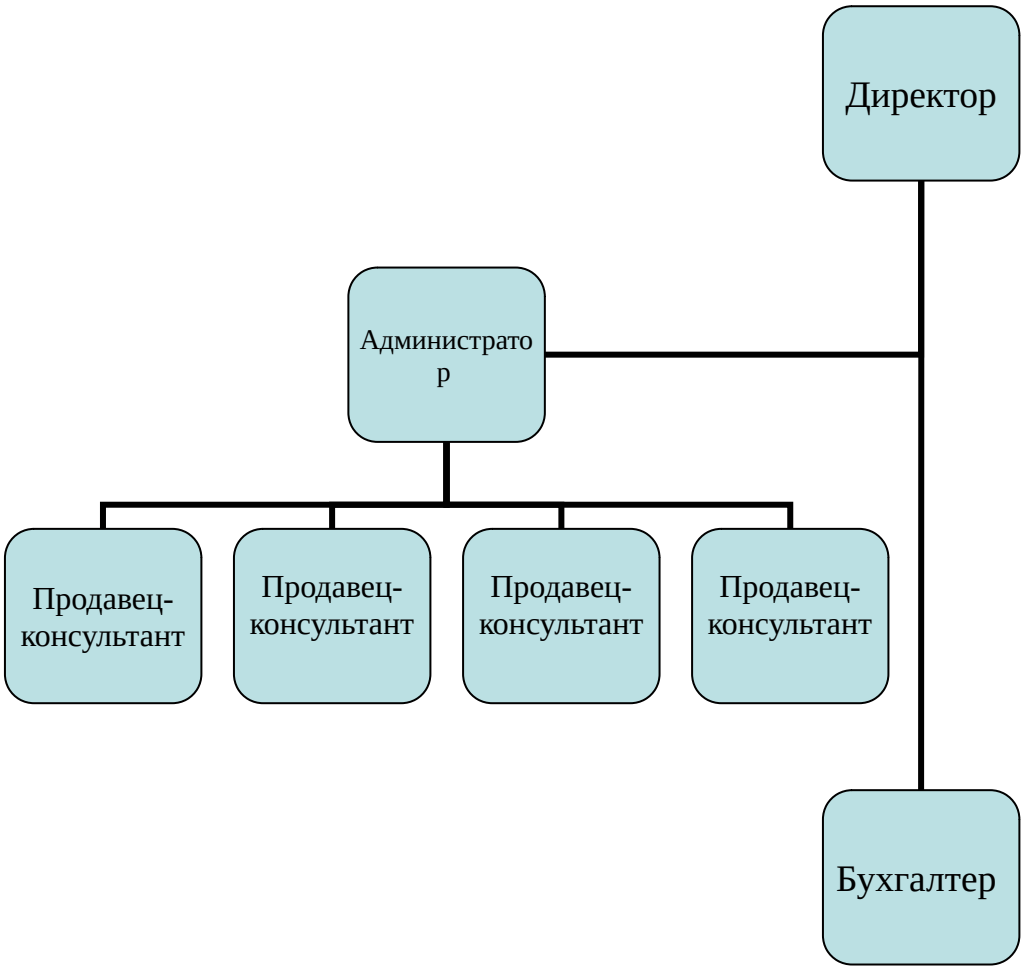
4)Возможность получения непротиворечивых распоряжений, приказов и заданий;

5)Наличие полной персональной ответственности за результат своей деятельности.

Бухгалтер будет нанят в формате аутсорсингового обслуживания, что является наиболее эффективным для малого бизнеса, к тому же бухгалтеры аутсорсингового обслуживания обходятся гораздо дешевле содержания штатного персонала. Такие специалисты берут деньги исключительно за выполненную работу.

Что же касается уборщицы, то наша компания заключает договор с торговым центром, который предоставит нам уборщицу для влажной уборки

Линейно-функциональная организационная структура:



10. РАЗРАБОТКА ШТАТНОГО РАСПИСАНИЯ МАГАЗИНА

Штатное расписание – это документ, который содержит информацию о должностях, количестве штатных единиц и тарифных ставках с учетом различных надбавок структурных подразделений организации .

Штатное расписание может составляться любым работником, на которого возложена такая функция.

Такими лицами могут быть руководитель организации, руководитель отдела кадров, главный бухгалтер.

Штатное расписание содержит следующие сведения:

- наименование структурных подразделений;
- наименование должностей, специальностей, профессий;
- количество штатных единиц;
- размер оклада и (или) тарифной ставки;
- наличие и размер надбавки;
- прочие сведения.

Проект штатного расписания представлен в приложении 2.

Выписка из штатного расписания:

Отделы	1 смена		2 смена	
	Администратор	Продавец-консультант	Администратор	Продавец-консультант
Отдел 1	1	2	1	2
Итого в смене	1	2	1	2
Всего	1	2	1	2

11.РАЗРАБОТКА ГРАФИКОВ ВЫХОДА НА РАБОТУ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНА

График работы – расписание ,длительность периода ,что определяет календарное время ,которое должен отработать сотрудник.

Для учета рабочего времени каждого работника ведется табель учета рабочего времени, который подписывает директор. Табель является документом начисления заработной платы.

В целях установления распорядка работы на каждом предприятии составляются графики выхода на работу.

Разработка графика выхода на работу представлена в приложении 3.

Производственный календарь 2019: комментарий

Нерабочие праздничные дни в 2019 году Статьей 112 Трудового кодекса Российской Федерации :

1, 2, 3, 4, 5, 6 и 8 января — Новогодние каникулы;

7 января — Рождество Христово;

23 февраля — День защитника Отечества;

8 марта — Международный женский день;

1 мая — Праздник Весны и Труда;

9 мая — День Победы;

12 июня — День России;

4 ноября — День народного единства. Согласно статье 6 ТК РФ законами и иными нормативно-правовыми актами органов государственной власти субъектов Российской Федерации могут быть установлены дополнительные нерабочие праздничные дни. Соответствующая норма содержится также в

"Постановлении" Президиума Верховного Суда РФ от 21.12.2011 N 20-ПВ11 и в пункте 8 письма Минтруда России от 10.07.2003 N 1139-21.

Дополнительно нерабочими праздничными днями могут объявляться религиозные праздники в порядке, предусмотренном ч. 7 ст. 4 Федерального закона от 26.09.1997 N 125-ФЗ.

Перенос выходных дней В соответствии с частью второй статьи 112 Трудового Кодекса Российской Федерации при совпадении выходного и нерабочего праздничного дней выходной день переносится на следующий после праздничного рабочий день. Исключением из этого правила являются выходные дни, совпадающие с нерабочими праздничными днями с 1 по 8 января. Правительство Российской Федерации переносит два выходных дня из числа этих дней на другие дни в очередном календарном году. В соответствии с частью пятой статьи 112 ТК РФ в целях рационального использования работниками выходных и нерабочих праздничных дней выходные дни могут переноситься на другие дни федеральным законом или нормативным правовым актом Правительства Российской Федерации В 2019 году в соответствии с Постановлением Правительства РФ "О переносе выходных дней в 2019 году" перенесены следующие выходные дни:

· с субботы 5 января на четверг 2 мая;

· с воскресенья 6 января на пятницу 3 мая;

· с субботы 23 февраля на пятницу 10 мая.

Следовательно, с учетом переноса выходных дней в 2019 году "новогодние каникулы" для работников продлятся 10 дней — с 30 декабря 2018 года по 8 января 2019 года.

Длинные выходные ждут россиян в марте — с 8 по 10 марта.

В мае 2019 года работники будут отдыхать с 1 по 5 мая в связи с празднованием Праздника Весны и Труда, а также с 9 по 12 мая в связи с празднованием Дня Победы.

В ноябре в связи с празднованием Дня народного единства дни отдыха будут с 2 по 4 ноября 2019 года.

Таким образом, всего в 2019 году для работников с пятидневной рабочей неделей будет 6 рабочих дней с сокращенно продолжительностью один час

Проект производственного календаря представлен в приложении 4.

12. РАЗРАБОТКА ДОЛЖНОСТНЫХ ИНСТРУКЦИЙ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНА

Должностная инструкция является локальным актом организации. Поэтому в соответствии со статьей 8 Трудового кодекса, как любой локальный акт, содержащий нормы трудового права, она должна быть принята работодателем в соответствии с законами и иными нормативными актами, коллективным договором, соглашениями. В ряде случаев при составлении должностной инструкции необходимо учитывать мнение представительного органа работников либо согласовывать с ним ее принятие.

Должностная инструкция должна быть утверждена руководителем организации, а работник должен с ней лично ознакомиться и оставить отметку об этом (статья 68 Трудового кодекса).

Проект должностной инструкции представлен в приложении 5.

13. РАЗРАБОТКА ВНЕШНЕГО ВИДА ПРОДАВЦА

Специфика работы требует держать в голове множество сведений, быть в курсе новинок.

Исходя из этого, кругозор, память и познавательный интерес для данного работника, в отличие – на уровне выше среднего.

Коммуникабельность – основополагающая составляющая. Общение с клиентами, коллегами доброжелательное, позитивное, располагающее. Владение азами психологии позволяет не допустить конфликтных ситуаций, ненавязчиво рекламировать и тактично предлагать имеющийся товар.

Сотрудник магазина товаров для новобрачных должен выглядеть опрятно и ухожено . У каждого сотрудника магазина «Provence» будет униформа ,состоящая из белой блузки и юбки нежно-лавандового цвета. Сменная обувь является обязательным условием ,она должна подходить к стилю и цвету униформы. Предпочтительным будет выбор белых туфель на среднем каблуке, каблук обязателен так как он необходим для придания образу женственности.

Колготки обязательны в любое время года, неплотные ,прозрачные. Цвет-только натуральный.

Использование бижутерии ограничивается обручальным кольцом ,часами ,тонкой цепочкой ,маленькими сережками.

Волосы продавца-консультанта должны выглядеть чистыми ,ухоженными, аккуратно уложенными. Длинные волосы собираются в хвост или же в красивый пучок.

Руки сотрудников должны быть чистыми и гладкими. Ногти короткие либо средней длины. .Обязательное условие наличие маникюра. Покрытие ногтей не должно быть ярким ,приветствуются «нюдовые» оттенки .

Лицо сотрудника должно выглядеть ухоженно . Макияж умеренный ,не допустимо использование ярких тонов помад и теней .



14. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В МАГАЗИНЕ

Таблица 7.

Материальная ответственность сотрудников:

Вид материальной ответственности	Категория работников	Примечание
Коллективная материальная ответственность	Продавцы-консультанты ,администратор	Сводится к возмещению работодателю нанесённого ущерба, когда за его последствия отвечают всеми членами коллектива, без выяснения вины отдельных лиц
Индивидуальная	Все сотрудники	Погашение работником нанесённого работодателю вреда, вменённого ему персонально

ТИПОВАЯ ФОРМА ДОГОВОРА О ПОЛНОЙ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ МАТЕРИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

«Provence»

–

(наименование организации)

далее именуемый «Работодатель», в лице руководителя Решетниковой Варвары Дмитриевны действующего на основании устава с одной стороны, и администратор, Назарова Галина Игоревна именуемый в дальнейшем «Работник», с другой стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1.Работник принимает на себя полную материальную ответственность за недостачу вверенного ему Работодателем имущества, а также за ущерб, возникший у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам, и в связи с изложенным обязуется:

а)бережно относиться к переданному ему для осуществления возложенных на него функций (обязанностей) имуществу Работодателя и принимать меры к предотвращению ущерба;

б)своевременно сообщать Работодателю либо непосредственному руководителю о всех обстоятельствах, угрожающих обеспечению сохранности вверенного ему имущества;

в)вести учет, составлять и представлять в установленном порядке товарно-денежные и другие отчеты о движении и остатках вверенного ему имущества;

г)участвовать в проведении инвентаризации, ревизии, иной проверке сохранности и состояния вверенного ему имущества.

2.Работодатель обязуется:

а)создавать Работнику условия, необходимые для нормальной работы и обеспечения полной сохранности вверенного ему имущества;

б)знакомить Работника с действующим законодательством о материальной ответственности работников за ущерб, причиненный работодателю, а также иными нормативными правовыми актами (в т.ч. локальными) о порядке хранения, приема, обработки, продажи (отпуска), перевозки, применения в процессе производства и осуществления других операций с переданным ему имуществом;

в)проводить в установленном порядке инвентаризацию, ревизии и другие проверки сохранности и состояния имущества.

3. Определение размера ущерба, причиненного Работником Работодателю, а также ущерба, возникшего у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам, и порядок их возмещения производятся в соответствии с действующим законодательством.

4. Работник не несет материальной ответственности, если ущерб причинен не по его вине.

5. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания. Действие настоящего Договора распространяется на все время работы с вверенным Работнику имуществом Работодателя.

6. Настоящий Договор составлен в двух имеющих одинаковую юридическую силу экземплярах, из которых один находится у Работодателя, а второй - у Работника.

7. Изменение условий настоящего Договора, дополнение, расторжение или прекращение его действия осуществляются по письменному соглашению сторон, являющемуся неотъемлемой частью настоящего Договора.

АДРЕСА СТОРОН ДОГОВОРА: ПОДПИСИ СТОРОН ДОГОВОРА:

Работодатель:

_____ _____

Работник:

_____ _____

Дата заключения Договора

М.П.

15. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ОСНАЩЕНИЯ МАГАЗИНА

В создаваемом магазине будет использована смешанная планировка торгового зала.

Смешанная планировка предусматривает разнообразные комбинации линейной и боксовой планировок. Расстановка оборудования в магазине оптимизируется в зависимости от геометрии торгового пространства и структуры торговых секций.

№	Наименование оборудования	Тип	Размеры, м		К –во	Пу
			Длина	ширина		
1	Горка для продажи обуви	1ГП-2-4	0,95	0,64	1	0,61
2	Банкетки для примерки обуви	1КП-6	1,2	1,2	2	2,9
3	Вешала	5П-8. Т-5	0,9	0,78	4	2,81
4	Кабина примерочная	3ПВ-2-2	0,9	0,785	2	1,40
5	Витрина для выставки ювелирных изделий	8БВ-1С	0,9	0,6	2	1,1
6	Кофейный автомат		0,5	0,5	1	0,25
7	POS-терминал				1	
8	Контрольно-кассовые машины				1	
9	Подиум для демонстрации				1	
10	Кондиционер				1	

	воздуха					
11	Манекен				4	
12	POS-терминал				1	
	ИТОГО					9,07

Далее я определяю фактический коэффициент использования площади торгового зала по формуле:

Ку факт= Пу факт: П т.з.

Ку факт=9,07:84=0.11

Тип оборудования для помещений

№-П	Наименование помещения	№	Наименование оборудования	Тип	Кол-во
П-1	Для приемки товара				
П-2	Торговый зал		Манекен		4
			Подиум		1
			Накопитель на колесах	Тк-01	2
			Островной стеллаж двусторонний	Ско-01	2
			Диван		1
			Кофейный автомат		1
			ККМ		1
			Сканер		1
			Противокражные ворота		1
П-3	Склад для хранения товаров		Стеллажи	Билли	5
П-4	Административно-бытовые помещения		Стол компьютерный		1

			Стол обеденный		1
			Шкаф для одежды		1
			Сейф огнестойкий		1
			Стул компьютерный		1
			Персональный компьютер		1

Для того, чтобы удобно расположить товар, нам понадобятся полки, стеллажи, витрины, горки. Все оборудование должно быть расположено так, чтобы вместить максимальное количество товара и в то же время оставить достаточно места для покупателей.

Форма торговли для моего магазина – свободный доступ к товарам . Покупателям всегда хочется потрогать товар, посмотреть, прежде чем купить. Кроме размещения товара нам нужно будет позаботиться об оборудовании рабочего места кассира . Нам понадобится кассовый аппарат со сканером, чтобы оптимизировать и ускорить процесс оформления купленного товара.

16.РАЗРАБОТКА ИНСТРУКЦИИ ПО ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ УСЛОВИЙ ТРУДА В МАГАЗИНЕ

Работодатель не должен допускать к работе работника, не прошедшего в установленном порядке обучение и инструктаж по охране труда, стажировку и проверку знаний требований охраны труда (статья 212 Трудовой Кодекс Российской Федерации).

Согласно трудовому законодательству, каждая компания должна издать инструкции по охране труда и технике безопасности для каждого вида работ. Утверждает эти документы руководитель организации, а разработать его обязан руководитель подразделения, подчиненные которого выполняют те или иные работы, требующие соблюдения требований безопасности.

Проект инструкции по технике безопасности условий труда в магазине представлен в приложении 6.

17.ОПРЕДЕЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ. РАСЧЕТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМНТА ТОВАРОВ

Таблица 8

Группа товаров	**Товары, относящиеся к данной**

	группе
Основная группа	Свадебные ,вечерние платья
Поддерживающая группа	Аксессуары
Стратегическая группа	Свадебная атрибутика(украшения для автомобилей, фужеры и т.д.)

Магазин «Provence» будет располагаться в Устиновском районе города Ижевск, по адресу улица Автозаводская,2А .

Данное место для открытия магазина является эффективным, т.к. конкурентоспособность невелика, торговый центр расположен в удобном для посетителей месте, где есть автостоянка. Посещают довольно много посетителей разной возрастной категории: от маленьких детей возрастом 5лет до пожилых людей 60 лет, которые могут стать и нашими покупателями. Также магазин будут посещать как женщины, так и мужчины со средним и высоким уровнем дохода, образованием различного уровня.

Посетители магазина - это люди увлекающиеся, доброжелательные, веселые, активные, жизнелюбы; разных национальностей такие, как русские, удмурты, татары, марийцы.

Таблица 9

Наименование	Наличие в ассортименте(+), отсутствие в ассортименте(-)	Шд	Шб	Кш %
Свадебные	+			

платья		153	200	76,5
Вечерние платья	+			
Аксессуары	+			
Туфли женские	+			
Платья для девочек	+			

Широта ассортимента товаров для новобрачных, представленных в открываемом магазине рациональна. Потребительский спрос на товары для новобрачных будет удовлетворен.

Ассортиментный перечень магазина «Provence» представлен в таблице 10.

Таблица 10

Ассортиментный перечень (товары для новобрачных)

Виды	Разновидность	Количество наименований
Свадебные платья	«Ампир»	10
	«Прованс»	15
	«Винтаж»	10
	«Ретро»	8
	«Барокко»	10
	«Бохо»	7
	«Беби долл»	9
Вечерние платья	«Пачка»	6
	«Рыбка»	8

	«Корсажное»	5
	«Греческое»	10
Аксессуары	«Серьги»	10
	«Подвески»	5
	«Перчатки»	5
	«Фата»	10
	«Меховая шубка»	5
Платья для девочек		10
Туфли женские		10

Таблица 11

Наименование	**Пд**	**Пб**	**Кп%**
«Прованс»	15	20	75
«Винтаж»	10	15	66,7
«Ампир»	10	15	66,7
«Беби долл»	9	9	100
«Барокко»	10	10	100
Платья для девочек	10	16	62,5

18. ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕУСЛУГИ МАГАЗИНА.ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ УСЛУГАМ, ОКАЗЫВАЕМЫМ В МАГАЗИНЕ СОГЛАСНО ГОСТ Р 51304-

2009.УСЛУГИ ТОРГОВЛИ. РАСЧЕТ УРОВНЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА

Таблица 12

Этапы оказания услуги	**Услуга**	**Тип услуги (основная, дополнительная)**
До реализационные услуги	Распаковка товаров	Основная
	Выставление товаров в торговый зал	Основная
Услуги, оказываемые в процессе реализации	Ознакомление покупателей с товарами	Основная
	Показ товаров	Основная
	Консультация покупателей	Основная
	Выбор товаров покупателями	Основная
	Организация расчетов за товары	Основная
	Упаковка купленного товара	Основная
	Выдача купленных товаров	Основная

После реализационные услуги	Реализация товаров дистанционным способом	Дополнительная
Внереализационные услуги	Предоставление возможности зарядки телефона	Дополнительная
	Создание удобств покупателю	Дополнительная
	Подгонка товаров по фигуре	Дополнительная

Таблица 13

Требования к услугам ,оказываемым в магазине:

Услуга	**Требования нормативных документов**	**Мероприятия по реализации требования**
Реализация товаров	-ознакомление покупателей с товарами; -показ и демонстрацию товаров; -консультацию покупателей; -организацию расчета за товары; -выдачу купленных товаров;	В магазине реализованы все требования нормативных документов к услугам.

К услугам по оказанию помощи в приобретении товаров и их использовании и применении относят	-прием и исполнение предварительных заказов на товары, имеющиеся в продаже; -прием и исполнение заказов временно отсутствующих в продаже; -комплектование заказов и их упаковка; -упаковка купленных товаров; -демонстрация новых товаров.	В магазине реализованы все требования нормативны документов.
К информационно консультационным услугам относят	-предоставление информации о товарах и их изготовителях	В магазине предоставлена информация о товарах, демонстрация проходит на экране телевизора.
Предприятия торговли могут организовать оказание дополнительны услуг, связанны с созданием удобств покупателям в приобретении товаров	-организация мест отдыха покупателей; -предоставление организованной парковки для автомобилей покупателей; -бесплатная сеть Wi-Fi;	В магазине стоят диваны для ожидания и отдыха покупателей

Уровень логистического обслуживания:

$$\eta = m \div M \times 100\%$$

где η – уровень логистического обслуживания;

M – количественная оценка теоретически возможного объема логистического сервиса;

m–количественная оценка фактически оказываемого объема логистического сервиса.

η =13:28*100=46,4

Для того чтобы повысить значение данного показателя, необходимо понести дополнительные расходы в связи с увеличением запаса.

С другой стороны ,расширение ассортимента будет означать повышение уровня сервиса .

19. РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ПОДГОТОВКИ МАГАЗИНА К ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Подготовка магазина к добровольной сертификации услуг розничной торговли:

1. Подача заявки на проведение сертификации.

2. Рассмотрение заявки и документов (результаты экспертных оценок; результаты социологических оценок; сертификаты соответствия других систем сертификации, акты проверок, заключения, сертификаты федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль и надзор, и общественных организаций), представленных магазином, и принятие решения о проведении сертификации (Органами по сертификации).

3. Подтверждение оплаты услуги.

4. Подтверждение соответствия услуг (работ) установленным требованиям, включая проверку результата.

5. Принятие решения о выдаче (отказе в выдаче) сертификата соответствия.

6. Выдача «Сертификата соответствия» и разрешения на применение знака соответствия.

7. Проведение инспекционного контроля за сертифицированными услугами.

20. Определение необходимой информации для магазина

20. ОПРЕДЕЛЕНИЕ НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ МАГАЗИНА

1. Согласно нормативным документам:

· «правила продажи отдельных видов товаров»;

· закон «О защите прав потребителя»;

Я разработала макет вывески своего магазина:

Вывеска предприятия должна содержать информацию о профиле предприятия, его фирменном наименовании и зарегистрированном товарном знаке , она предназначена для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе согласно статье 9 Федерального закона «О защите прав потребителей».

Рисунок 2

Макет вывески магазина



Информационный стенд должен содержать всю исчерпывающую информацию, которая необходима покупателю или может понадобиться ему в экстренной ситуации.

2. Согласно закону «О Защите прав потребителей» в моем магазине уголок потребителя включает в себя:

· Закон РФ «О Защите Прав Потребителей».

· Сведения о государственной регистрации с наименованием зарегистрировавшего его органа.

· Правила торговли (Постановление Правительства РФ № 55).

· Книга отзывов и предложений.

· Телефоны экстренных служб и контролирующих органов.

· Информация о внеочередном обслуживании отдельных категорий граждан.

Рисунок 3



3. Сотрудники магазина должны обязательно носить на груди бейдж , в связи с тем, что покупатель должен знать с кем он имеет дело при консультации.

Рисунок 4



4 .Согласно «Правилам продажи отдельных видов товаров» продавец обязан обеспечить наличие единообразных и четко оформленных ценников на реализуемые товаров.

- Наименования товара.
- Цена за единицу.
- Подписи материально-ответственного лица.
- Даты оформления ценника.

Рисунок 5.



Анализ маркировки:

Маркировка свадебного платья должна содержать следующую обязательную информацию:

- наименование продукции;
- наименование страны-изготовителя;
- наименование изготовителя или продавца или уполномоченного изготовителем лица;
- юридический адрес изготовителя или продавца или уполномоченного изготовителем лица;
- размер изделия;
- состав сырья;
- товарный знак (при наличии);
- знак ЕАС;
- гарантийные обязательства изготовителя (при необходимости);
- дату изготовления; номер партии продукции (при необходимости).

Кроме того, согласно статье 9 ТР ТС 017/2011 для одежды (в т.ч. платьев свадебных) маркировка должна еще содержать:

– вид и массовую долю (процентное содержание) натурального и химического сырья в материале верха и подкладки изделия. Отклонение фактического содержания сырья не должно превышать +/− 5 %;

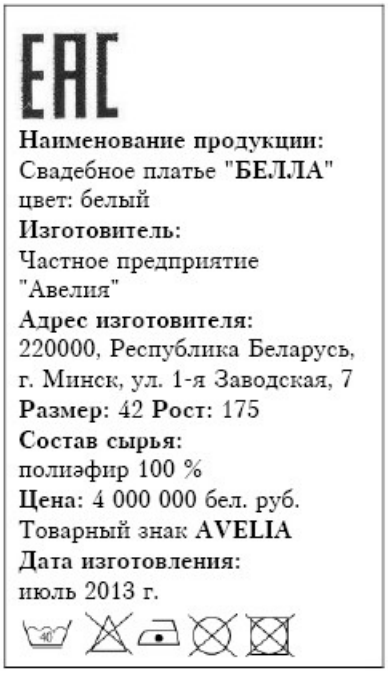
– модель;

– символы по уходу за изделием;

– инструкцию по особенностям ухода за изделием в процессе эксплуатации (при необходимости).

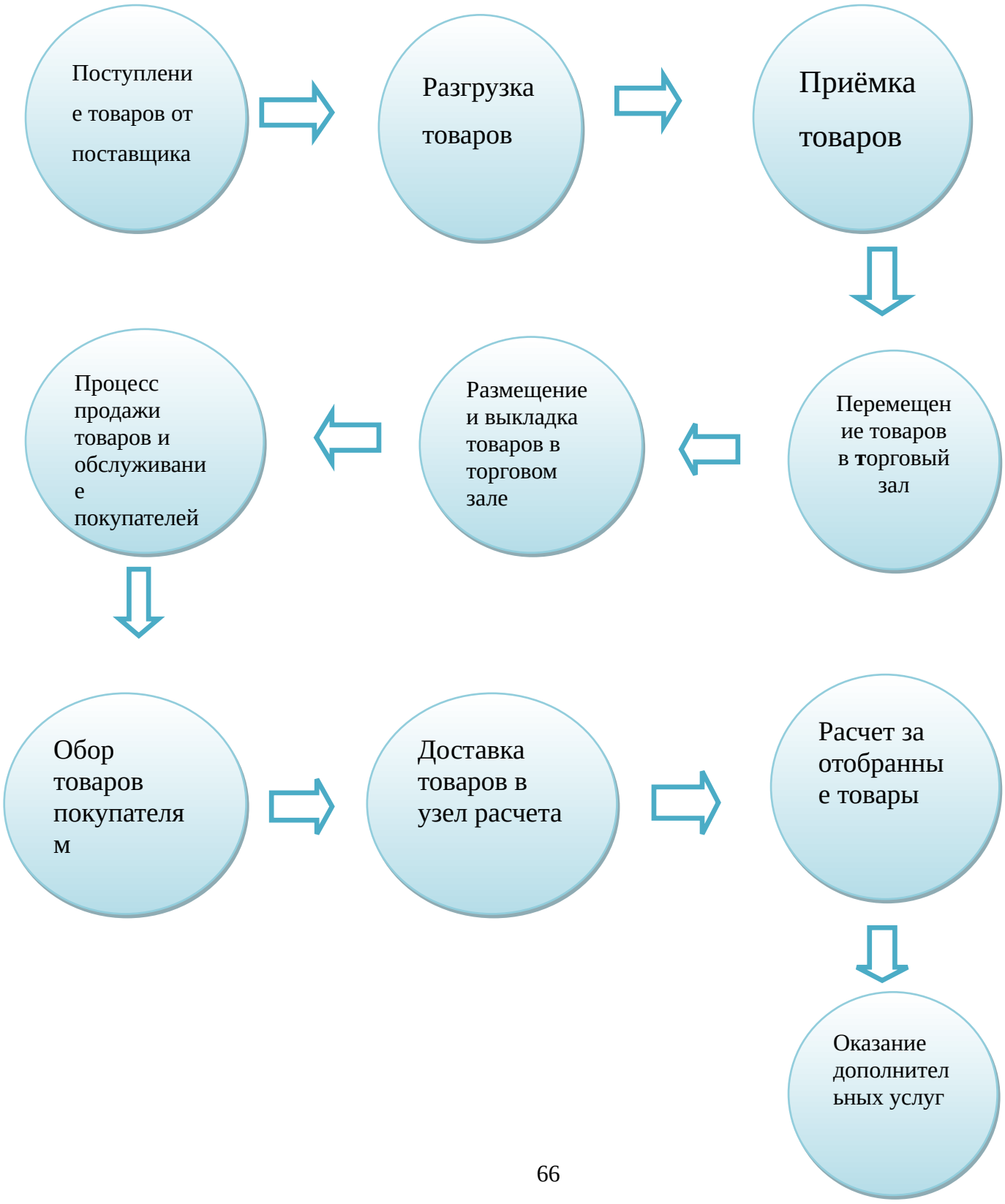
Пример заполнения товарного ярлыка в соответствии со статьёй 9 ТР ТС 017/2011

Рисунок 6



21. РАЗРАБОТКА ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ МАГАЗИНА. СОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТЫ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА МАГАЗИНА

Схема торгово-технологического процесса:



УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

Фамилия И.О. _____

«_____»_____ ____ г.

Карта торгово-технологического процесса магазина

Таблица 14

Исходные обстоятельства	**Исполнители**	**Содержание работы**	**Необходимые документы**	**Что запрещается или не допускается**
Приемка товаров по количеству		1.Проверка сопроводительных документов 2.Установление соответствия данных сопроводительных документов фактическим послужившим товарам. 3.Приемка по количеству товарных мест (массе брутто). 4.Приемка по количеству товарных единиц (массе нетто и массе тары).	1.Сопроводительные документы: -Товарно-транспортная накладная. -Счет-фактура.	Не допускается отказ в приемке груза под предлогом инвентаризации, отсутствия сопроводительных документов. Запрещается актирование фактов, не установленных непосредственного участниками

				приемки.
Приемка товаров по качеству		1.Проверка качества упаковки. 2.Проверка маркировки тары и упаковки 3.Органолептический метод оценки качества товаров	-Сертификат соответствия; -Удостоверение о качестве.	Не допускается приемка мелких отправок без проверки веса брутто (взвешивания) и его соответствия транспортным документам.
Организация хранения товаров в магазине		1.Транспортирование товаров к месту хранения. 2. Выгрузка товаров и укладка на хранение. 3. Хранение товаров.	Книга прихода товаров.	При укладке товаров на хранение и размещении их в торговом зале не следует нарушать правила планограммы магазина.
Подготовка товаров к		1. Отбор товаров	Ценники	Торговое оборудование

продаже (в том числе размещение и выкладка)		2. Выгрузка товаров с мест хранения. 3.Транспортирование товаров в зону подготовки к продаже. 4. Выгрузка и распаковка товаров в зоне подготовки к продаже. 5. Подготовка товаров к продаже. 6. Отобранный с мест хранения товар не требует специальной подготовки к продаже. 7. Укладка подготовленного к продаже товара на средства механизации. 8.Транспортир		, имеющее неисправности, запрещено эксплуатировать до полного их устранения; Не следует переполнять товарами полки горок и другое оборудование для выкладки товаров;

		ование товаров в торговый зал. 9. Сдача товаров представителю отдела (продавцу-кассиру). 10. Разгрузка товаров в торговом зале.		
Обслуживание покупателей и продажа товаров		1. Проверка исправности торгового оборудования. 2. Поддержание порядка и чистоты в закрепленной зоне торгового зала. 3. Выкладка товаров на торговое оборудование. 4. Подготовка кассовой машины к	Товарный и кассовый чек	1.Запрещается требовать от покупателей, входящих в торговый зал, предъявления приобретенных ими в других магазинах товаров, ставить на них какие-либо отметки, а также обязывать

		работе. 5. Встреча покупателей, предоставление им необходимой информации о товарах. 6. Самостоятельный отбор товаров покупателем и их доставка в узел расчета. 7. Расчет за покупку. 8. Упаковка товаров и укладка их в сумку покупателя. 9. Возврат инвентарной корзины в место их концентрации. 10. Оказание покупателям дополнительны		оставлять личные вещи. 2.При наличии очередей в рабочее время не допускается закрытие кассы для подсчета выручки. 3.Не допускается обуславливать продажу одних товаров обязательным приобретением других. 4.Не следует допускать к работе на кассовой машине лиц, не освоивших правила их эксплуатации.

		х услуг.		5.Работникам торгового зала запрещается курить и принимать пищу на рабочем месте.

22. РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ПРИЕМКА ТОВАРОВ» НА ПРИМЕРЕОДНОГО ИЗ ТОВАРОВ, ПРИСУТСТВУЮЩИХ В АССОРТИМЕНТЕ МАГАЗИНА

Для разработки бизнес процесса «Приемка товаров» я выбрала свадебное платье.

Разработка бизнес-процесса «Приемка товара» на примере свадебного платья

Таблица 15

Операция	Содержание работы	Продолжительность
Проверка сопроводительных документов	Проверка полноты и правильности составления всех необходимых сопроводительных документов на открытки (товарно-транспортная накладная; счет-фактура; приходно-расходная накладная);	3 мин.
Установление соответствия данных сопроводительных документов фактически поступившим товарам	Сотрудник магазина устанавливает соответствие сопроводительных документов фактически поступившим товарам.	5 мин.
Проверка целостности упаковки	Проверить целостность упаковки. Упаковка должна быть целой, не порванной,	2 мин.

	должна иметь маркировку.	
Количественная проверка поступившей в магазин	При количественной приемке ведется подсчет числа товарных единиц.	15 мин.
Проверка правильности маркировки на товаре	Проверить маркировку на упаковке. Маркировка должна содержать следующие информацию: ▪ Наименование товара; ▪ Наименование страны, производителя, его адрес; ▪ Назначение (область использования); ▪ Основные свойства и характеристики; ▪ Срок службы; ▪ Обозначение нормативно-технического документа, на основании которого	5 мин.

	произведен товар; Информация о подтверждении соответствия	
Проверка качества	Проверка качества осуществляется по результатам внешнего осмотра, в процессе которого определяется наличие явных дефектов, соответствие маркировки товаров требованиям нормативной документации и данным, указанным в сопроводительных документах. В случае обнаружения несоответствия фактического количества или качества товаров показателям сопроводительных документов или требованиям соответствующей нормативно-технической документации	5 мин.

	составляется акт об установлении расхождения в количестве или несоответствии по качеству за подписью лиц, принимавших участие в приемке (директор магазина, старший продавец), который передается поставщику (один экземпляр этого акта остается в магазине).	

23. РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ПОДГОТОВКА К ПРОДАЖЕ ТОВАРА» НА ПРИМЕРЕОДНОГО ИЗ ТОВАРОВ, ПРИСУТСТВУЮЩИХ В АССОРТИМЕНТЕ МАГАЗИНА

Разработка бизнес-процесса «Подготовка товара к продаже» на примере свадебного платья.

Таблица 16

Операция	Содержание работы	Продолжительность
Распаковка	При помощи канцелярского ножа распаковываются упаковки с товаром. Производится осмотр внешнего вида.	2 мин.
Проверка правильности обозначения цен	Сверка наименований с данными накладной/журнала прихода товаров.	1 мин.
Оформление ценника	В ценник заносится необходимая информация согласно п.19 Правил продажи отдельных видов товаров: -наименование товара; -цена за единицу товара; -подписи материально-ответственного лица или печати	3 мин.

	организации; -дата оформления ценника.	
Нанесение на каждый экземпляр индивидуального ценника со штрих-кодом	Ценники со штрих-кодом наклеиваются на каждый экземпляр с задней стороны.	15 мин.
Размещение товаров в торговый зал	Товар доставляется в торговый зал	3 мин.
Выкладка в зоне обслуживания покупателей	Товар выкладывается согласно планограммы магазина.	10 мин.

24. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФОРМ И ПОРЯДКА ОПЛАТЫ ПРИ ПРОДАЕ ТОВАРОВ. РРАЗРАБОТКА СТАНДАРТА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ОБСЛУИВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УЗЩЛЕ РАСЧЕТА»

Разработка стандарта бизнес-процесса «Обслуживание потребителя в узле расчета»

Современные способы оплаты товаров и услуг просто поражают воображение. Статья 140 Гражданского Кодекса Российской Федерации гласит, что платежи на территории Российской Федерации могут осуществляться наличными или безналичными расчетами. Это основная классификация, которая разделяет абсолютно все способы платежей.

Платеж наличными — вид расчетов, при котором оплата товара или услуги производится посредством передачи наличных денег от одного лица другому.

Безналичный расчет — вид платежа, при котором оплата товара осуществляется без применения наличных денег, вместо этого средства вносят на банковский счет, электронный кошелек и т.д.

Таблица 17

Операция	**Содержание работы**	**Требуемая продолжительность**
Приветствие покупателя	Обслуживать покупателей с доброжелательным и приветливым	30сек.

	выражением лица, не допускать невежливого отношения к покупателям, проявленного на уровне слов, взглядов, жестов, поз, мимики и тембра голоса. Поприветствовать покупателя (фраза:«Доброе утро, день, вечер»).	
Предложение пакета	Предложить пакет. При утвердительном ответе покупателя, отсканировать нужный пакет, раскрыть и положить туда купленные товары покупателя.	30 сек.
Предложение сопутствующих	Продавец-кассир должен предложить покупателю сопутствующие товары к покупке.	30 сек.
Сканирование товара	Товар сканируется при покупателе на сканере.	1 мин.
Расчет с	1.Для покупателя (клиента) определить	3 мин.

покупателями	общую сумму покупки и назвать ее покупателю (четко проговорить). 2.Получить от покупателя (клиента) деньги за товары или оказанные услуги согласно сумме, называемой покупателю, в следующем порядке: а) четко назвать сумму полученных денег и положить эти деньги отдельно на виду у покупателя; б) напечатать чек при расчетах с использованием контрольно-кассовой машины; в) назвать сумму причитающейся сдачи и выдать ее покупателю (клиенту) вместе с чеком (при этом бумажные купюры и разменную монету выдать	

	одновременно).	
Завершение покупки	Поблагодарить за покупку и сообщить покупателю, что ждёте его снова.	30 сек.

25.РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ОБМЕН И ВОЗВРАТ ТОВАРОВ» НА ПРИМЕРЕ ОДНОГО ИЗ ТОВАРОВ, ПРИСУТСТВУЮЩИХ В АССОРТИМЕНТЕ МАГАЗИНА

В соответствии со статьей 25 закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца ,у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме ,габаритам ,фасону ,расцветке ,размеру или комплектации.

Исходя и пункта 1 статьи 25 Закона «О защите прав потребителей» продавец обязан принять товар надлежащего качества при соблюдении следующих условий:

Основные

- Товар не был использован
- Товарный вид и упаковка сохранены
- Отсутствует нарушение ярлыков и пломб
- Наличие кассовых или товарных чеков

Если чек отсутствует, то возможен возврат, подкрепленный свидетельскими показаниями.

Порядок действий

Покупателю необходимо произвести следующие действия:

1. Составить заявление в 2-х экземплярах и передать его продавцу. Один экземпляр остается у покупателя, на нем ставится отметка о принятии заявления. Второй экземпляр остается у продавца.

2. Передать продавцу свадебное платье в целой упаковке. При этом ярлыки и пломбы должны быть целы. После передачи в экземпляре покупателя ставится отметка о принятии товара.
3. Предъявить документ, подтверждающий покупку товара именно в этой торговой точке.
4. Предоставить документ, удостоверяющий личность.

В заявлении необходимо указать требование. То есть что необходимо, возврат денег или обмен товара. Продавец обязан в срок не более 3-х дней со дня подачи заявки удовлетворить это требование.

Отказ принятия заявления

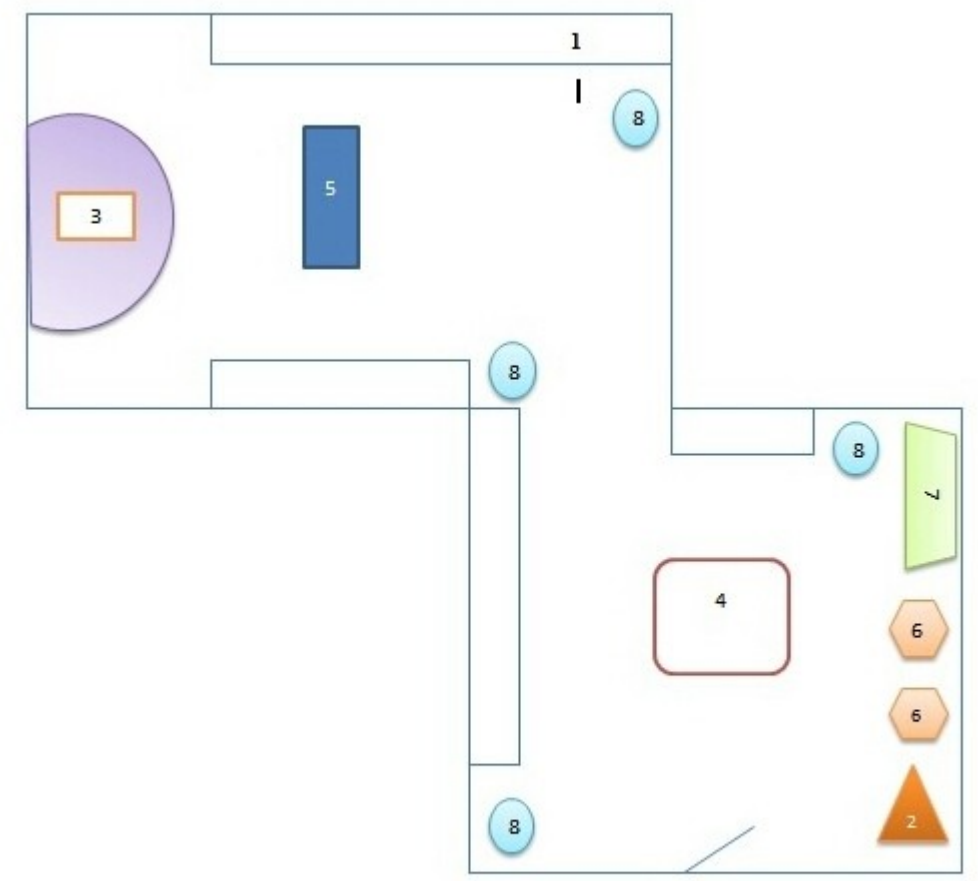
В случае отказа продавца принять заявление необходимо его отправить в адрес магазина заказным письмом с уведомлением получения. При этом в качестве получателя должен быть руководитель торговой точки. ФИО руководителя можно найти в «Уголке потребителя», который есть в каждом магазине. Адрес получателя должен быть фактический, а не юридический.

Если срок возврата истек

Законом «О правах потребителя» четко определены сроки возврата. Решено, что 14 дней для принятия решения покупателем нужен ли ему товар достаточно.

26.РАЗРАБОТКА СХЕМЫ РАСПОЛОЖЕНИЯ ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

Рисунок 7



1. Вешала
2. Горка для продажи обуви
3. Кабина примерочная
4. Кассовая зона
5. Диван
6. Банкетка для примерки обуви
7. Витрина для продажи ювелирных изделий
8. Манекен

27.РАЗРАБОТКА ПЛАНОГРАММЫ ВЫКЛАДКИ ОДНОЙ ИЗ ТОВАРНЫХ ГРУПП В МАГАЗИНЕ

Рисунок 8

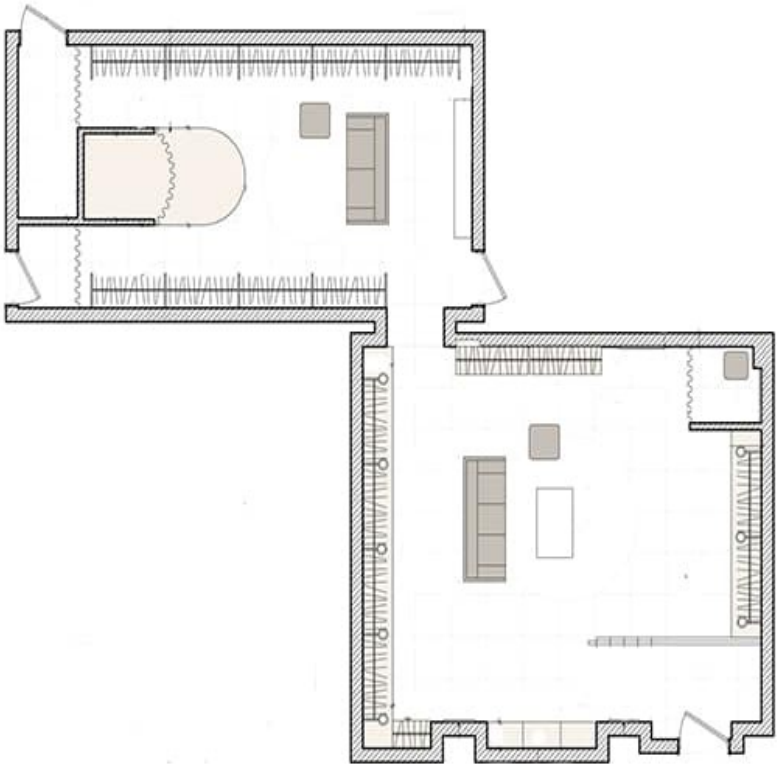


Таблица 18

Свадебные платья	Модель «Русалка»	Платья корсетного типа	Атласные платья	Платья с пышной юбкой
Вечерние платья	Платья в пол	Короткие платья	Коктейльные платья	

28.ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСТАВЩИКОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ

Таблица 19

Товарная группа	**Поставщик**	**Тип поставщика (основной/дублер)**
Свадебные платья; аксессуары;	Фабрика «SALI BRIDAL» Адрес: Москва, ул. Буракова, дом 27	Основной
Свадебные платья	***Швейная фабрика свадебных платьев «Amore MiO»*** Адрес: г. Москва , ул. Симоновский Вал, 9	Основной
Вечерние платья; свадебные платья; аксессуары;	«To be Bride». Адрес: г. Москва	Дублёр
Вечерние платья;	ООО «Красивые платья» г. Новосибирск ул. Добролюбова 16а	Дублёр
Свадебные платья	Фабрика «Rivero» Адрес: г. Москва, Проспект Буденного 51	Основной

Анализируя данные представленные в таблице, можно сделать вывод, что основными поставщиками магазина «Provence» будут являться три фабрики:

фабрика «SALI BRIDAL», фабрика «Rivero» и швейная фабрика свадебных платьев **«**Amore MiO**»** .

Преимуществами данных поставщиков являются: широкий ассортимент свадебных платьев , эксклюзивные коллекции ,наличие аксессуаров для дополнения свадебного образа.

Поставщики дублёры две фирмы : ООО «Красивые платья» город Новосибирск и «To be Bride»,город Москва. У данных фирм планируется закупка вечерних платьев и аксессуаров к ним.

29. РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ «СДЕЛАТЬ ИЛИ КУПИТЬ»

Таблица 20

Факторы	**Выгодность**	
	Внешних закупок	**Собственного производства**
Потребность	Стабильна	Невелика
Необходимые мощности	Отсутствуют	Присутствуют
Необходимые кадры	Присутствуют	Отсутствуют
Поставщики исходных МР для производства комплектующих	Доступны (ассортимент, качество)	Недоступны
Транспортные тарифы	Невысокие	Невысокие

Для собственного пошива свадебных и вечерних платьев, костюмов необходимо приобрести определенное оборудование, найти подходящих поставщиков исходных материалов ,а так же найм высококвалифицированных специалистов . Индивидуальный пошив по стоимости будет гораздо дороже.

Поэтому, исходя из данных представленных в таблице ,моно сделать вывод , что моему магазину выгоднее покупать товар от поставщиков, чем производить самому.

30.ВЫБОР ПОСТАВЩИКА ЧЕРЕЗ РАСЧЕТ РЕЙТИНГА

Расчет рейтинга поставщиков

Таблица 21

Критерий выбора поставщика	Вес критерия	Оценка по 5бальной шкале			Произведение удельного веса критерия на оценку		
		Amore MiO	SALI BRIDAL	Rivero	Amore MiO	SALI BRIDAL	Rivero
Цена	0,5	5	5	5	2,5	2,5	2,5
Условия платежа	0,15	3	4	4	0,45	0,6	0,6
Удаленность поставщика	0,2	4	4	4	0,8	0,8	0,8
Психологический климат у поставщика	0,05	5	5	5	0,25	0,25	0,25
Финансовое положение	0,05	5	5	5	0,25	0,25	0,25
Организация управления качеством у поставщика	0,01	4	5	5	0,04	0,05	0,05
Сроки выполнения текущих и экстренных заказов	0,05	4	5	4	0,2	0,25	0,2
Качество	0,4	5	5	5	2	2	2
ИТОГО					6,49	6,7	6,65

Рассчитав рейтинг всех поставщиков, моно сделать вывод, что лучший поставщик свадебных платьев фабрика «SALI BRIDAL» ,так как его рейтинг наибольший.

31. РАЗРАБОТКА КОММЕРЧЕСКОГО ДОГОВОРА С ОДНИМ ИЗ ПОСТАВЩИКОВ ТОВРА В МАГАЗИН

ДОГОВОР ПОСТАВКИ

«30» мая 2019

Фабрика «SALI BRIDAL» , именуемая в дальнейшем «Поставщик», в лице Директора ,с одной стороны ,и ИП «Provence», именуемое в дальнейшем «Покупатель», с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1.ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1 По Договору Продавец обязуется передать в собственность Покупателя , а Продавец обязуется принять и уплатить за него стоимость предусмотренную в договоре

Наименование	Единица измерения	Количество	Цена	Сумма
Свадебное платье 802	Шт	5	8000	40,000
Свадебное платье 806	Шт	5	5000	25,000
Свадебное платье 703	Шт	5	9000	45,000
Итого:		15		110,000

Сумма прописью: Сто десять тысяч рублей 00 копеек. Без НДС.

1.2. Право собственности на товар переходит к Покупателю с момента фактической передачи ему товара.

1.3. товар ,имеющий надлежащее качество ,соответствующий размеру, фасону ,цвету, комплектности и представлениям Покупателя.

2.ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Поставщик обязан:

2.1.1.передать Товар Покупателю не позднее 6 июня 2019 года.

2.1.2. Передать Товар Покупателю свободным от прав третьих лиц на него.

2.2. Покупатель обязан:

2.2.1 Покупатель обязан совершить все необходимы действия , обеспечивающие принятие товаров, поставленных в соответствии с настоящим договором. Передача удостоверяется соответствующей отметкой на товарной накладной.

2.2.2. при получении поставленного товара Покупатель обязуется незамедлительно осмотреть товар, проверить его количество и качество. В случае выявления недостатков товаров Покупатель в присутствии представителя Поставщика составляет соответствующий акт, подписываемый сторонами.

3. ЦЕНЫ ПО ДОГОВОРУ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

3.1.Цена товара согласовывается сторонами путем обмена соответствующими документами.

3.2.Стоимость товара составляет сто десять тысяч 00 копеек.

3.3. Стоимость Товара не моет быть изменена Поставщиком после оплаты Покупателем полной стоимости Товара.

4.ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

4.1 Сторона, не исполнившая или ненадлежащим образом исполнившая обязательства по настоящему договору, обязана возместить другой Стороне причиненные таким неисполнением убытки.

4.2. В случае не оплаты Товара Покупателем в момент заключения настоящего Договора Поставщик в одностороннем порядке расторгает настоящий Договор.

4.3. Поставщик не несет ответственности за нарушение сроков поставки, возникшие не по вине Поставщика.

4.4. В случаях, не предусмотренных настоящим Договором, имущественная ответственность определяется в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

5.СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

5.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до полного исполнения ими обязательств по настоящему Договору или до расторжения настоящего Договора.

5.2. Настоящий Договор моет быть расторгнут как в одностороннем порядке, так и по взаимному согласованию Сторон, заключенному в письменной форме за подписью уполномоченных на это Сторон.

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ

1.1. Настоящий договор действует с момента его подписания Сторонами , до полного исполнения ими своих обязательств.

1.2. В случае изменения юридического адреса или обслуживающего банка стороны договора обязаны в семидневный срок уведомить об этом друг друга.

1.3. Споры которые могут возникнуть при исполнении настоящего Договора, будут разрешаются путем переговоров. В случае не достижения согласия, споры разрешаются в судебном порядке в Арбитражном суде по месту нахождения Поставщика.

1.4. Изменения и дополнения к настоящему Договору оформляются в письменном виде, подписываются сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора.

2. РИКВИЗИТЫ СТОРОН

Поставщик :

Фабрика «SALI BRIDAL»

Город Москва, ул. Буракова, дом 27

ИНН 346587900012

к/с 457898700000000054

БИК 096132800

Покупатель:

ИП «Provence»

Удмуртская республика, г. Ижевск

Улица Автозаводская ,2а

ИНН 783450987800

к/с 5312548900000076

БИК 409812510

32. РАЗРАБОТКА ПРЕТЕНЗИИ ОДНОМУ ИЗ ПОСТАВЩИКОВ В СВЯЗ С НАРУШЕНИЕМ ПОСЛЕДНИМ УСЛОВИЙ КОММЕРЧЕСКОГО ДОГОВОРА

Директору: фабрики «SALI BRIDAL»
Москва, ул. Буракова, дом 27
От: Решетниковой Варвары Дмитриевны
Удмуртская республика
Г. Ижевск ,ул. Автозаводская, 2А

Претензия (требования)

о замене товара ненадлежащего качества

30 мая 2019 года между фабрикой «SALI BRIDAL» (далее- поставщик) и ИП «Provance» (далее- покупатель) заключен договор поставки №1 (далее Договор). В соответствии с Договором , поставщик обязан передать покупателю Свадебные платья 802 (далее- товар) в количестве 5 штук на общую сумму 40,000 (сорок тысяч) рублей.

Приемка товара по количеству и качеству в соответствии с Договором производилась в течение 5 часов с момента передачи.

Полученный товар в количестве пяти штук не соответствует установленным Договором требованиям по качеству, а именно были обнаружены неравномерно окрашенные части ткани, что не является дизайнерской задумкой данной модели. Наличие указанных недостатков подтверждается актом осмотра от 5.06.2019 №2. Также было

установлено что брак товара возник до его передачи покупателю или причинам , возникшим до этого момента.

Согласно абзацу 3 пункта 2 статьи 475 Гражданского кодекса , при существенном нарушении требований к качеству товара покупатель в праве потребовать замены товара ненадлежащего качества товаром, соответствующим Договору.

В заключенном договоре поставки №1 от 30.05.2019 недостатки передаваемого товара не оговариваются.

В связи с этим и на основании абзаца 3 пункта 2 статьи 475 и статьи 483 Гражданского кодекса, просьба:

1. В течение 10 дней со дня получения настоящей претензии заменить поставленный товар ненадлежащего качества в количеств6е пяти штук товаром, соответствующим Договору по качеству;

2. В случае невыполнения требования, указанного в пункте 1 настоящей претензии, в течение 15 дней со дня получения претензии заявляю отказ от исполнения Договора поставки в части продажи некачественного товара и требую возвратить деньги, уплаченные за некачественный товар в размере 40,000 (сорока тысяч) рублей, на расчетный счет № 78939476573992756583000 9 в Сбербанке.

Возврат некачественного товара в количестве пяти штук гарантирую в течение 10 дней с момента удовлетворения претензии.

33. РАЗРАБОТКА ПЛАНА ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА

Для открытия предприятия розничной торговли необходимо разработать план.

План открытия магазина «Provence» представлен в таблице 22

Таблица 22

Этап	**1 мес.**	**2 мес.**	**3 мес.**	**4мес.**	**5мес.**	**6мес.**	**7мес.**	**8мес.**
Анализ рынка								
Подготовка бизнес-плана								
Оформление документов								
Получение дополнительных разрешений								
Аренда помещения								
Ремонтные работы								
Закупка и комплектация необходимого оборудования								
Подбор персонала								
Открытие								

Исходя из данных таблицы для открытия и полного запуска в работу магазина необходимо не менее восьми месяцев.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, подведем основные итоги проделанной работы. Определено, что стратегическое планирование представляет собой детальный план по разработке какой-либо новой идеи, которую потенциально можно воплотить в жизнь. Но перед тем как приступать к осуществлению данного бизнес-проекта, требуется оценить его эффективность.

Был проведен анализ открытия розничного торгового предприятия, магазин товаров для новобрачных.

Все задачи, стоявшие передо мной полностью выполнены:

1. Разработка организационных условий открытия магазина.
2. Разработка технологических условий открытия магазина
3. Разработка управленческих условий открытия магазина.
4. Разработка бизнес-процессов в магазине.

Открытие розничного магазина является трудоемким процессом, над которым следует интенсивно работать.

В проекте я определила название магазина и режим его работы, вид, класс, тип магазина, организационно-правовую форму, написала все документы, необходимые для открытия магазина, регулирующие деятельность данного магазина. Определила месторасположение и рассчитала радиус обслуживания. А также разработала структуру управления магазином, штатное расписание магазина, график выхода на работу сотрудников магазина, должностные инструкции сотрудников магазина, внешний вид продавца. Сделала проект по техническому оснащению магазина.

Определила ассортимент товаров, основные и дополнительные услуги. Разработала технологическую карту торгово-технологического процесса магазина. Разработала все бизнес-процессы магазина, схему расположения товаров в магазине.

Через расчет рейтинга выбрала самого выгодного для себя поставщика. Также составила договор поставки и претензию к нему.

Следовательно, в заключении необходимо отметить, что социальная и экономическая эффективность мероприятий тесно взаимосвязаны между собой, так как процесс достижения социальной эффективности может быть обеспечен только в том случае, если магазин «Provence» является устойчивой и может генерировать прибыль, позволяющую ей предоставлять определенные стимулы для своего персонала, клиентов, партнеров и других заинтересованных сторон. С другой стороны, экономическую эффективность можно достигнуть только тогда, когда в магазине «Provence» есть определенные социальные блага, то есть, достигнут необходимый уровень социальной эффективности в магазине.

Таким образом, цель данной выпускной квалификационной работы, заключавшаяся в создании коммерческого проекта по открытию розничного торгового предприятия на примере магазина товаров для новобрачных, была достигнута с помощью решения задач выпускной квалификационной работы.

Приложение 2

Унифицированная форма № Т-3

Утверждена постановлением Госкомстата РФ

от 5 января 2004 г. № 1

ИП Решетникова Варвара Дмитриевна

наименование организации

Номер документа	Дата составления
01	30.05.2019

ЧНОЕ РАСПИСАНИЕ

УТВЕРЖДЕНО

Приказом организации от “ 30 ” Мая 2019 г. № ____

__ с “ 1 ” Июня 2019 г.

Штат в количестве 7 (семи) Единиц

урное подразделение		Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб	Надбавки, руб			Всего, руб (гр. 5 + гр. 6 + гр гр. 8)
менование	код				Персональная	За выслугу лет		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
инистрация	01	Администратор	1	18000	-	1500		19500
инистрация	01	Администратор	1	18000	-	1500		19500
галтерия	02	Бухгалтер	1	16000		1500		17500
ел продаж	03	Продавец-консультант	4	17000	-	1500		18500
		Итого	7					

Руководитель кадровой службы

Заместитель генерального директора

Должность

личная подпись

расшифровка подписи

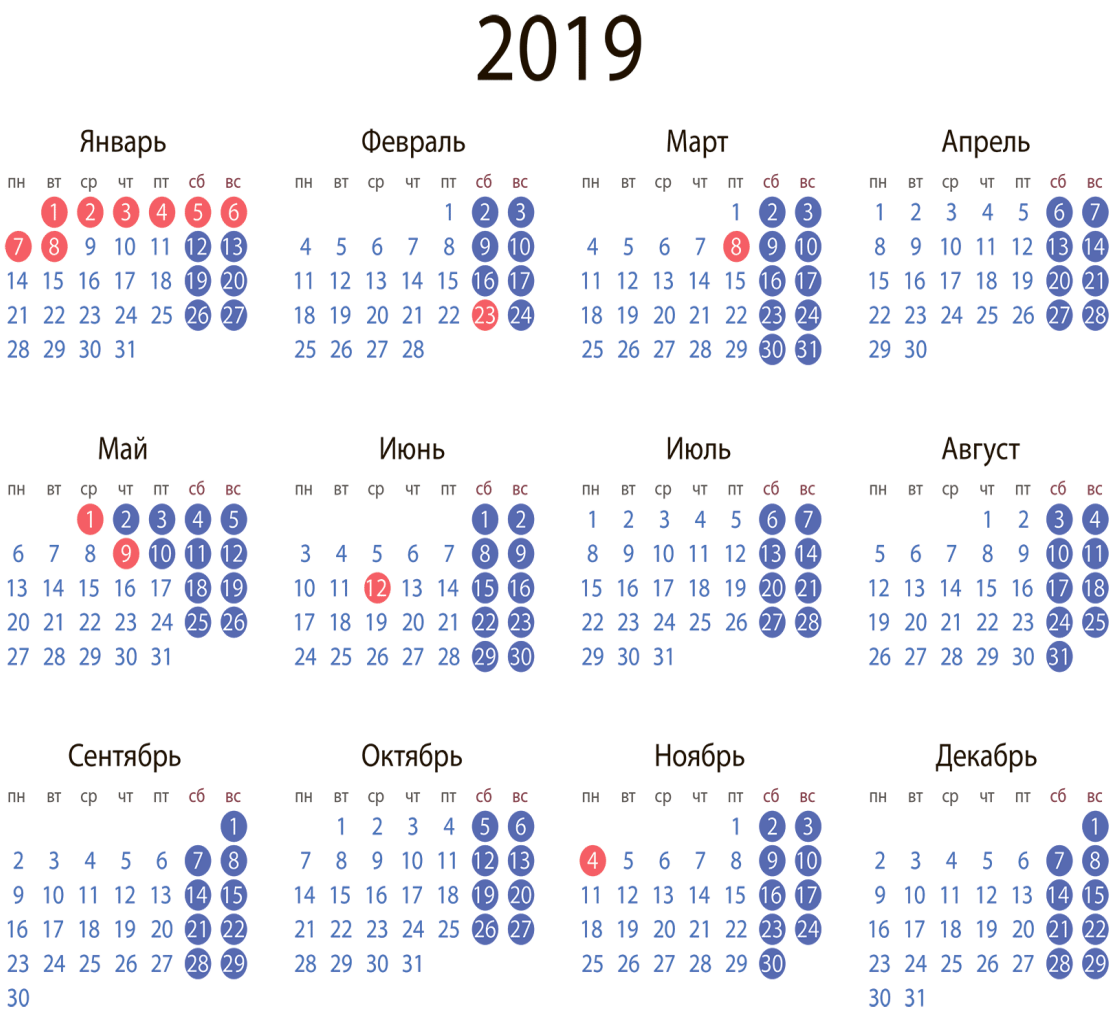
Главный бухгалтер

личная подпись

расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Производственный календарь:



ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Должностная инструкция продавца-консультанта

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
Фамилия И.О. _____
«_____»_____ ____ г.

1. Общие положения

1.1. Продавец-консультант относится к категории технических исполнителей.

1.2. Продавец-консультант назначается на должность и освобождается от нее приказом генерального директора компании / директора магазина.

1.3. Продавец-консультант подчиняется непосредственно директору магазина заведующему секцией.

1.4. На время отсутствия продавца-консультанта его права и обязанности переходят к другому должностному лицу, о чем объявляется в приказе по организации.

1.5. На должность продавца-консультанта назначается лицо, имеющее начальное профессиональное образование, без предъявления требований к стажу работы, или среднее профессиональное образование, без предъявления требований к стажу работы, или среднее (полное) общее образование и специальную подготовку по установленной программе, без предъявления требований к стажу работы.

1.6. Продавец-консультант руководствуется в своей деятельности:

- законодательными актами РФ, в т. ч. Законом о защите прав потребителей;
- Уставом компании, Правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами компании;
- приказами и распоряжениями руководства;
- настоящей должностной инструкцией.

2. Должностные обязанности продавца-консультанта:

Продавец-консультант выполняет следующие должностные обязанности:
2.1. Следит за наличием достаточного количества товара в торговом зале и при необходимости пополняет его.
2.2. Помогает покупателям при выборе товара, дает консультации покупателям по ассортименту товаров, предлагаемых к продаже в магазине, по потребительским свойствам и особенностям товаров.
2.3. Принимает участие в стимулировании продаж определенных видов товара, в рекламных акциях магазина: обращает внимание покупателей на заданный товар путем размещения его на самых просматриваемых местах, путем дополнительных консультаций покупателей по особенностям и преимуществам данного товара и иным способом.
2.4. Помогает товароведу или директору магазина принимать товар.
2.5. Осуществляет подготовку товаров к продаже: распаковку, сборку, комплектование, проверку эксплуатационных свойств и т.д.
2.6. Следит за наличием ценников на товар, их верным размещением и правильным указанием всей информации в ценнике (наименование товара, цена, вес и т.д.). Продавец наклеивает ценники, подготовленные и переданные ему товароведом или директором: после приемки и расстановки товара; после обновления цен; в случае обнаружение несоответствия ценника требованиям правил торговли; в других случаях по указанию директора или товароведа.
2.7. Участвует в инвентаризации.
2.8. Следит за сроками реализации товаров. При обнаружении товаров с истекшими сроками реализации, продавец должен немедленно убрать товар с места продажи и дать эту информацию товароведу или директору.
2.9. Разрешает спорные вопросы с покупателями в отсутствие

представителей администрации.
2.10. Участвует в проводимых для продавцов занятиях (обучении) по повышению уровня знаний по свойствам и особенностям продукции, мерчендайзингу товаров, работе на кассе и других знаний и навыков, необходимых в работе.
2.11. Участвует в проводимых в магазине собраниях коллектива.
2.12. Информирует директора магазина обо всех внештатных ситуациях в своей работе.
Продавец обязан выполнять иные, не описанные в данной должностной инструкции, распоряжения администрации, вызванные производственной необходимостью.

3. Права продавца-консультанта

Продавец-консультант имеет право:
3.1. Вносить предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными данной должностной инструкцией обязанностями.
3.2. Докладывать вышестоящему руководству о всех выявленных недостатках в пределах своей компетенции.
3.3. Требовать от руководства обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.
3.4. Принимать решения в пределах своей компетенции.

4. Ответственность продавца-консультанта

Продавец-консультант несет коллективную материальную ответственность за сохранность товара в магазине.
Кроме того, продавец-консультант несет ответственность:
4.1. За невыполнение и/или несвоевременное, халатное выполнение своих должностных обязанностей.
4.2. За несоблюдение действующих инструкций, приказов и распоряжений по

сохранению коммерческой тайны и конфиденциальной информации. 4.3. За нарушение правил внутреннего трудового распорядка, трудовой дисциплины, правил техники безопасности и противопожарной безопасности.

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
Фамилия И.О. _____
«_____»_____ ____ г.

Должностная инструкция администратора.

I. Общие положения

Администратор назначается на должность и освобождается от должности в установленном действующим трудовым законодательством порядке приказом Генерального директора.

1. Администратор относится к категории специалистов.
2. Администратор должен знать:
    - 2.1 Закон РФ «О защите прав потребителей», иные законы, устанавливающие требования к осуществлению торговли.
    - 2.2 Правила продажи отдельных видов товаров и иные нормативные правовые акты по вопросам обслуживания.
    - 2.3 Постановления ,распоряжения ,приказы ,другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся работы торгового предприятия.
    - 2.4 Структуру управления, права и обязанности работников и режим их работы.
    - 2.5 Правила и методы организации обслуживания покупателей
    - 2.6 Основы маркетинга и организации рекламы
    - 2.7 Законодательство о труде

2.8 Правила внутреннего трудового распорядка;

2.9 Правила и нормы охраны труда;

2.10Правила техники безопасности, производственной санитарии и гигиены, противопожарной безопасности, гражданской обороны.

II. Должностные обязанности

Администратор торгового зала:

1.Осуществляет руководство персоналом торгового зала.

2.Организует подачу товаров в торговый зал и руководство работой по выкладке товаров.

3. Ведет оперативный учет остатков товаров в торговом зале и сообщает данные о товарах с критическим минимумом остатков, а также о товарах повышенного ,равномерного и пониженного спроса.

4.Осуществляет управление :

- Запасами товаров в торговом зале
- Ассортиментом товаров

5. Осуществляет работу по организации эффективного и культурного обслуживания покупателей, созданию для них комфортных условий, контролирует отсутствие нарушений правил торговли

6. Консультирует покупателей по вопросам, касающимся оказываемых услуг.

7. Поддерживает на рабочих местах атмосферу доброжелательности, подает личный пример в обслуживании покупателей

8. Контролирует в общем приемку-сдачу товаров на склад, своевременную подачу товаров в торговые секции, работу касс, проверяет качество, сроки годности товаров, проверяет наличие маркировок, легко читаемых ценников на товарах, наличие

9. Принимает меры по предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций

10. Рассматривает претензии, связанные с неудовлетворительным обслуживанием покупателей, проводит необходимые организационно-технические мероприятия.

11. Соблюдает сам и контролирует соблюдение работниками трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, требований производственной санитарии и гигиены, требований противопожарной безопасности, гражданской обороны.

12. Контролирует выход работников на работу, присутствие работников на рабочем месте в течение рабочего дня, контролирует опрятный вид работников, ношение работниками в рабочее время форменной рабочей одежды.

13. Своевременно и четко сдает помещение предприятия под охрану.

14. Контролирует своевременное закрытие всех внутренних помещений предприятия и сам своевременно закрывает предприятие.

15.Принимает участие в инвентаризации.

16.Обслуживает операции возврата ,списания ,переоценки и резервирования товаров.

17.Составляет отчеты о движении товаров.

18.отслеживает злоупотребление со стороны торгового зала.

III. Права

Администратор имеет право:

1. Давать распоряжения и указания и предпринимать соответствующие действия по устранению причин, создавших конфликтную ситуацию.
2. Вносить предложения администрации предприятия по улучшению работы, относящейся к функциональным обязанностям Администратора и всего предприятия в целом.
3. Подписывать и визировать документы в предела своей компетенции.

IV. Ответственность

Администратор несет ответственность:

3. За невыполнение своих функциональных обязанностей
4. За недостоверную информацию о состоянии выполнения полученных заданий и поручений, нарушение сроков их исполнения.
5. За невыполнение приказов, распоряжений Генерального директора.
6. За нарушение Правил внутреннего трудового распорядка, правил противопожарной безопасности и техники безопасности, установленных на предприятии.
7. За разглашение коммерческой тайны.
8. За не сохранность, порчу товаров и иных материальных ценностей, если не сохранность, порча произошли по вине Администратора.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Типовая инструкция по технике безопасности

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

Фамилия И.О. _____

«_____»_____ ____ г.

1. Общие требования безопасности

1.1. На основании настоящей типовой инструкции по охране труда (далее – типовая инструкция) разрабатывается инструкция по охране труда для продавца-кассира с учётом условий его работы в магазине.

1.2. Допускаются лица старше 18 лет, прошедшие вводный и первичный на рабочем месте инструктажи по охране труда и пожарной безопасности, инструктаж по электробезопасности, обученные безопасным методам и

приемам выполнения работы, оказанию первой помощи пострадавшим при несчастных случаях, прошедшие стажировку на рабочем месте и проверку знаний требований охраны труда.

1.3. Продавец-консультант извещает индивидуального предпринимателя о любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью людей, о каждом несчастном случае, об ухудшении состояния своего здоровья, в том числе о проявлении признаков острого заболевания.

1.4. Продавцу-консультанту следует:

а) оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор, личные вещи в гардеробной;

б) перед началом работы надевать чистую форменную одежду, менять её по мере загрязнения;

в) после посещения туалета мыть руки с мылом;

г) не принимать пищу на рабочем месте.

2. Требования безопасности перед началом работы

2.1. Надеть специальную одежду, специальную обувь, застегнуть и заправить так, чтобы не было свободно свисающих концов.

2.2. Перед работой на контрольно-кассовой машине проверить внешним осмотром:

а) устойчивость машины на столе, отсутствие внешних повреждений и посторонних предметов вблизи кассовой машины;

б) исправность кабеля (шнура) электропитания, вилки, розетки;

в) наличие и надёжность заземляющих соединений (отсутствие обрывов, прочность контакта между корпусом машины и заземляющим проводом). Не приступать к работе при отсутствии или ненадёжности заземления;

г) отсутствие загрязнений снаружи и внутри машины;

д) исправность и устойчивость подъёмно-поворотного стула;

е) достаточность освещения рабочей поверхности;

ё) отсутствие слепящего действия света.

2.3. До включения контрольно-кассовой машины в электрическую сеть проверить исправность блокирующих устройств.

2.4. Включить контрольно-кассовую машину в электрическую сеть и получением нулевого чека проверить её работу.

2.5. Удобно и устойчиво разместить запасы сопутствующих товаров.

2.6. Обо всех обнаруженных неисправностях контрольно-кассовой машины, электропроводки и других неполадках сообщить индивидуальному предпринимателю или старшему продавцу и приступить к работе только после их устранения.

3. Требования безопасности во время работы

3.1. Не поручать свою работу необученным и посторонним лицам.

3.2. Применять для работы исправное оборудование.

3.3. Соблюдать правила перемещения в помещении, пользоваться только установленными проходами.

3.4. Содержать рабочее место в чистоте, не хранить в кассовой кабине посторонние предметы, личные вещи.

3.5. Во время работы на контрольно-кассовой машине:

а) соблюдать требования безопасности, изложенные в эксплуатационной документации завода-изготовителя;

б) включать машину в электрическую сеть через специальную розетку, которая должна быть заземлена;

в) заправку (замену) чековой и контрольной лент, добавление краски в красящий механизм производить только после отключения машины от электрической сети;

г) помнить, что у машин с автоматическим открыванием денежного ящика во время выдачи первого чека под действием пружины происходит выталкивание денежного ящика не менее чем на одну треть его длины;

д) при остановке машины по неизвестной причине, застревании чековой ленты, а также при внезапном стопорении (остановка машины при незаконченном рабочем цикле) отключить её от сети электропитания;

е) удалять застрявшие обрывки чековой ленты пинцетом.

3.8. Отключить контрольно-кассовую машину от электрической сети при пробое электрического тока на корпус машины.

3.9. При эксплуатации контрольно-кассовой машины не допускается:

а) приступать к работе при отсутствии или неисправности заземления;

б) применять предохранители, не рассчитанные на ток, предусмотренный технической характеристикой данной машины, включать машину в электрическую сеть без предохранителя (заменять предохранитель "жучком");

в) соприкасаться с токоведущими устройствами, шинами заземления, батареями отопления, водопроводными трубами и т.п.;

г) прерывать работу машины после её включения до окончания рабочего цикла;

д) работать на машине при снятой крышке или открытой дверце чекопечатающего механизма.

4. Требования безопасности в аварийных ситуациях

4.1. В аварийной обстановке оповестить об опасности окружающих людей, доложить индивидуальному предпринимателю или старшему продавцу о случившемся и действовать в соответствии с планом ликвидации аварий.

5.Требования безопасности по окончании работы

5.1. Произвести межремонтное обслуживание контрольно-кассовой машины и подготовить её к следующему рабочему дню в соответствии с требованиями руководства по эксплуатации данного типа кассовой техники. Отключить контрольно-кассовую машину от электрической сети

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бизнес-план инвестиционного проекта / под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и Статистика, 2013. – 432 с.
2. Бизнес-планирование / под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 816 с.
3. Бизнес-планы / под ред. И.М. Степнова. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2011. – 416 с.
4. Горемыкин В.А. Энциклопедия бизнес-планов. – М.: «Ось-89», 2015. – 1120 с.
5. Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2015. — 456 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35296. — ЭБС «IPRbooks»
6. Технология розничной торговли [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2014. — 288 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4491. — ЭБС «IPRbooks»
7. Исаев Р.А. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник/ Исаев Р.А.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2013. — 264 с
8. . Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 271 с.
9. Чумак Т.Г. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумак Т.Г.— Электрон. текстовые данные. — Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2013. — 136 с.
10. Коробко В.И. Охрана труда: учебное пособие/ Коробко В.И.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 239 с.

11. Оборудование торговых предприятий: учебник для нач. проф. образования / Т.Р.Парфентьева, Н.Б.Миронова, А.А.Петухова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2012. — 224 с

12. Дьякова Т.М. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина: учебное пособие/— Саратов: Вузовское образование, 2014. — 48 с

13. Еремин В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник. – М.: КНОРУС, 2014. – 648 с.

14. Комментарий к Конституции Российской Федерации / под ред. Б.Н. Топорнина – М.: Изд. Юридическая литература, 2004. – 390 с.

15. Коробко В.И. Теория управления: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 383 с.

16. Коротков Э.М. Основы менеджмента: учебное пособие. – М.: Дашков и К, Академцентр, 2013. – 272 с.

17. Косов В.В., Лившиц В.Н. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. – М.: Экономика, 2000. – 120 с.

18. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2015. – 464 с.

19. Крейнина М.Н. Финансовая устойчивость. – М., 2016.

20. Кузнецов Б.Т. Финансовый менеджмент. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

21. Кучарина Е.А. Инвестиционный анализ. – СПб.: Питер, 2006 – 160 с

Федеральные законы и постановления Правительства РФ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации

2. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации

3. Трудовой кодекс Российской Федерации

4. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» №2300-I от 07.02.92 (с изменениями)

5. Закон Российской Федерации «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» №381-ФЗ от 28.12.09

6. Закон Российской Федерации «Об основах охраны труда в РФ» № 181 -ФЗ от 24.07.99.

7. Закон Российской Федерации «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» №52-ФЗ.

8. Закон Российской Федерации «О пожарной безопасности» №69-ФЗот 21.12.94.

9. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» (с изменениями на 8 марта 2015 года)

10. «Правила продажи отдельных видов товаров»

11. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения

12. ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли

13. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования

14. Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле

15. Типовые правила эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением

Электронные ресурсы

1.https://vib33.ru/blog/biznes-plan-svadebnogo-salona-s-raschetami.html

2.https://www.sekretariat.ru/article/210986-qqq-17-m7-pismo-pretenziya

3.http://salibridal.ru/pages/svad3.html

4.https://revolution.allbest.ru/marketing/00279718_0.html

5.http://docs.cntd.ru/document/1200108793

6.http://spmag.ru/article/2011/7/ugolok-potrebitelya