

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/123580>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Товароведение

Введение 3

1. Общая характеристика предприятия как субъекта коммерческой деятельности 4
  2. Организация информационного обслуживания деятельности торгового предприятия 10
  3. Анализ рыночного поведения организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом на основе сбора, анализа и обработки данных 15
  4. Оценка специфики ведения бизнеса на рынке 20
  5. Анализ действующей законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей торговую деятельность в Российской Федерации 22
  6. Анализ экономических процессов предприятия и выбор системы налогообложения предприятия 23
  7. Идентификация товаров для выявления и предупреждения их фальсификации, инвентаризация товарно-материальных ценностей 28
  8. Обеспечение рационального природопользования и экологической безопасности в профессиональной деятельности 32
- Заключение 34
- Список использованных источников 36

Введение

Производственная практика – это не просто присутствие в организации или на предприятии, и наблюдение за тем, что происходит вокруг, а непосредственное участие в процессе.

Перед студентом-практикантом ставятся задачи учебной практики, четкое выполнение которых гарантирует высокий результат.

В общем виде перечень задач сводится к следующим основным направлениям – обучение, адаптация, воспитание и развитие.

Целью производственной практики является закрепление теоретических знаний на базе организации «Магнит».

Задачи производственной практики:

- реализация на практике теоретических познаний;
- формирование более детального представления о будущей профессии;
- изучение места конкретного предприятия в комплексе регионального хозяйственного механизма и отрасли в целом;
- ознакомление с историей и перспективами развития базы практики;
- анализ номенклатуры продукции или услуг, являющихся результатом деятельности предприятия или организации;
- приобретение навыков в работе с документами, регламентирующими работу предприятия;
- непосредственное участие в процессе производственной деятельности;
- получение представления об этике профессиональной коммуникации.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы:

- изучение и анализ научной литературы;
- синтез полученных данных;
- анализ и оценка стимулирования персонала по совершенствованию процесса обучения.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, три главы, шесть параграфов, заключение, список использованных источников, включающий в себя 19 учебных пособия. Объем работы 37 страниц.

1. Общая характеристика предприятия как субъекта коммерческой деятельности

«Магнит» — магазин, реализующий продовольственные и непродовольственные товары.

Компания работает для того, чтобы отвечать всем потребностям и желаниям покупателей.  
Компания работает для того, чтобы отвечать всем потребностям и желаниям покупателей в любой локации через семью предложений «Магнит». Цель компании — стать номером один для каждой российской семьи. «Магнит» — это магазин шаговой доступности, рядом с жилыми домами и основными пешеходными и транспортными потоками. В магазинах «у дома» просто совершать ежедневные покупки благодаря удобной навигации, выкладке товаров, дружелюбному сервису.

Большую часть ассортимента составляют продукты питания повседневного спроса — свежие овощи и фрукты, хлеб, молочная и мясная продукция, кондитерские изделия и другие товары.

Эффективный процесс доставки продукции в магазины возможен благодаря мощной логистической системе.

Для более качественного хранения товаров и оптимизации их поставки в торговые точки, в компании создана дистрибьюторская сеть, включающая 37 распределительных центров и 36 автотранспортных предприятий. Своевременную доставку продуктов во все магазины розничной сети позволяет осуществить собственный автопарк, который насчитывает около 6 000 автомобилей. Кроме того, розничная сеть «Магнит» является крупнейшим частным работодателем в России. Общая численность сотрудников компании составляет более 270 000 человек. Компании неоднократно присуждалось звание «Привлекательный работодатель года».

На розничном рынке РФ сложились предпосылки для перехода на новый уровень развития:

Повысились требования потребителей: они хотят большего удобства, экономии времени и бюджета.

В ритейле так и не сформировался действительно лидирующий игрок. Новые малые игроки выигрывают дифференциацией, а крупные больше не могут конкурировать только ценой.

В будущем на потребительском рынке РФ выиграет тот, кто завоюет сердца покупателей.

В таких условиях «Магнит» ставит цель — стать главной потребительской площадкой и самым известным потребительским брендом РФ, поставив покупателя в центр стратегии и покрывая до 70% кошелька.

Проанализируем основные экономические показатели магазина «Магнит».

Выручка – заработок от прямой деятельности компании (от продажи продукции или услуг). Динамика показателя выручки магазина «Магнит», представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Динамика показателя выручки магазина «Магнит». млрд. руб.

Анализируя динамику показателя выручки, можно сделать следующие выводы, наблюдается стабильный рост анализируемого показателя, так в период с 2015 по 2019 год данный показатель вырос на 572 миллиарда рублей.

Наибольшего значения данный показатель достиг в 2018-2019 годах и составил 1200 миллиардов рублей.

Проанализируем динамику показателя прибыли магазина «Магнит».

Прибыль – разница между суммарным доходом и общими расходами (включая налоги). То есть, это та самая сумма, которую в быту можно было бы спокойно положить в копилку.

Чтобы рассчитать прибыль, необходимо сложить все приходящие средства и вычесть из полученной суммы все допущенные издержки.

При неблагоприятном раскладе и даже при большом доходе прибыль предпринимателя может равняться нулю, или вовсе уходить в минус.

Основная прибыль компании формируется из прибыли и убытка, полученных от всех направлений работы.

Динамика прибыли магазина «Магнит» представлена на рисунке 2.

Рисунок 2 – Динамика прибыли магазина «Магнит», млрд. руб.

Анализируя динамику показателя прибыли магазина «Магнит», можно сделать следующие выводы, в последние годы произошло падение данного показателя, так в 2019 году величина данного показателя составила всего лишь 8,8 миллиардов рублей, что на 46,2 миллиарда рублей меньше чем в 2017 году. Тогда данный показатель достиг своего наибольшего значения и составил 55 миллиардов рублей.

Анализируя динамику стоимости чистых активов, можно сделать вывод что в период с 2015 по 2019 год наблюдается рост данного показателя на 28 миллиардов рублей.

В 2017 году произошло снижение стоимости чистых активов на 26 миллионов рублей, данный показатель

составил в 2017 году 56 миллиардов рублей.

Рассмотрим организационную структуру магазина «Магнит».

Организационная структура — своего рода модель устройства какого-либо предприятия с перечислением всех подразделений и обязательным указанием подотчетности каждого из них.

Эта модель призвана обеспечить понимание логики деятельности организации и того, как составляющие ее компоненты взаимодействуют друг с другом.

Можно также сказать, что организационная структура определяет все формальные отношения внутри любой компании и, по сути, фиксирует принадлежность той или иной области задач к компетенции определенного подразделения.

В магазине «Магнит» применяется линейная структура организации.

Преимуществами рассматриваемой структуры являются:

- в результате жесткого управления формируется жесткая дисциплина;
- быстрые решения приводят к быстрым и эффективным действиям;
- в структурах власти и ответственности существует ясность;
- поскольку контроль лежит на одном начальнике, в ряде случаев он может проявлять гибкость;
- есть хорошие перспективы карьерного роста у людей, которые выполняют работу качественно.

К недостаткам следует отнести:

- администратор и товаровед могут быть перегружены работой;
- начальник, обладающий властью, может неправильно использовать ее для своей выгоды;
- решения принимаются одним человеком.

Организационная структура представлена на рисунке 3.

Рисунок 3 – Организационная структура магазина «Магнит»

В магазине «Магнит» применяется линейная структура организации.

Преимуществами рассматриваемой структуры являются:

- в результате жесткого управления формируется жесткая дисциплина;
- быстрые решения приводят к быстрым и эффективным действиям;
- в структурах власти и ответственности существует ясность;
- поскольку контроль лежит на одном начальнике, в ряде случаев он может проявлять гибкость;
- есть хорошие перспективы карьерного роста у людей, которые выполняют работу качественно.

К недостаткам следует отнести:

- администратор и товаровед могут быть перегружены работой;
- начальник, обладающий властью, может неправильно использовать ее для своей выгоды;
- решения принимаются одним человеком.

Проанализируем распределение полномочий в магазине «Магнит»

Штат сотрудников магазина «Магнит» включает в себя следующий персонал: директор, товаровед, администратор торгового зала, продавец, кассир, охранник, уборщица.

Рассмотрим обязанности, закрепленные за каждой из должности.

Основные должностные обязанности директор магазина:

- 1) Оперативное управление магазином (все ежедневные процессы).
- 2) Обеспечение выполнения плана продаж магазина.
- 3) Управление персоналом. Подбор кадров.
- 4) Учет товара, ТМЦ. Контроль приемки товара. Организация инвентаризаций. Кассовая дисциплина.
- 5) Взаимодействие с контролирующими и государственными

Список использованных источников

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»
- 2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)
- 3) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 256 с
- 4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2015. - 350с.
- 5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А.

Вилкова. - М.: Дашков и К, 2015. - 500 с.

6) Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли М.: Дашков и К°, 2014. — 692 с.

7) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2013.— 336 с.

8) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.

9) Коммерческая деятельность: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профили «Коммерция», «Торговая реклама» и 38.03.02 «Менеджмент» профили «Маркетинг», «Менеджмент организаций торговли» / [авт.-сост. В.И. Бросалин, Н.Н. Крылова]. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 92 с.

10) Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 506 с.

11) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.

12) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.

13) Минько Э. В., Минько А. Э. Основы коммерции: Учебное пособие/ Э.В. Минько, А.Э. Минько- 2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб., 2013.— 336 с.

14) Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 506 с.

15) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 288 с.

16) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С. Шипилова - ПрофОбрИздат, 2011- 464с.

17) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 108 с.

18) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.

19) Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 540с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/123580>*