

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/173015>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

Введение 3

Раздел 1. Организационные и учетные аспекты деятельности предприятия 5

1.1. Организационно-правовые основы деятельности организации 5

1.2. Хозяйственные связи организации 11

Раздел 2. Организация коммерческой деятельности 13

2.1. Организация переговоров 13

2.2. Транспортное обеспечение предприятия 15

2.3. Приемка товаров по количеству и качеству 15

2.4. Выкладка товаров в торговом зале 19

Раздел 3. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда 21

3.1. Классификация торгово-технологического оборудования 21

3.2. Организационные и правовые нормы охраны труда 25

Заключение 27

Список использованных источников 28

Введение

Главной целью современного этапа экономических преобразований, проводимых в торговле, является создание благоприятных условий для эффективной деятельности торговых предприятий. Достижение этой цели, с одной стороны, предполагает совершенствование законодательной, финансовой налоговой среды, в которой работают торговые предприятия, а с другой требует кардинального улучшения работы самих предприятий в условиях рыночных отношений.

Важную роль в эффективной деятельности торговых предприятий играет торгово-технологический процесс. Актуальность данной темы не вызывает сомнений, так как от правильной организации торгово-технологического процесса в магазине в конечном счете зависит его прибыль.

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения.

Целью курсовой работы является анализ организационной характеристики магазина «Магнит».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ организационно-правовой основы деятельности организации;
- рассмотреть хозяйственные связи организации;
- рассмотреть организацию переговоров;
- проанализировать формирование товарного запаса;
- изучить приемку товаров по количеству и качеству;
- проанализировать выкладку товаров в торговом зале;
- провести анализ организации и технологии торгового обслуживания;
- изучить техническое оснащение торговых организаций и охрана труда
- дать классификацию торгово-технологического оборудования;
- изучить организационные и правовые нормы охраны труда.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка организации торгово-технологического процесса магазина.

Раздел 1. Организационные и учетные аспекты деятельности предприятия

1.1. Организационно-правовые основы деятельности организации

«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.

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 1.

Рисунок 1 – 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 должностей.

Основные должностные обязанности директора 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 органами.
- 6) Отчетность.

Администратор магазина является руководителем для продавцов, кассиров, приемщиков и грузчиков. Он — взаимодействующее звено между отделами всего магазина. Через него решаются вопросы между персоналом и вышестоящим руководством, которое он также извещает о проблемах на производстве.

- 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., Памбухчианц 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) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб.-метод. пособие. – СПб.: Университет ИТМО, 2015. – 97 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) Памбухчианц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчианц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 288 с.
- 15) Родичева, В.П. Увеличение оборота розничной торговли как фактор улучшения результатов деятельности организаций//Экономический анализ: теория и практика. -2018. -№ 17. С. 114

- 16) Снегирева, В. Розничный магазин. Учет процесса реализации товаров. – СПб.: Наука, 2017. – 416 с.
- Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия/А.Н. Соломатин. М.: ИНФРА-М, 2019. – 541с.
- Строков, В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. – М.: Хорс, 2018. – 329 с.
- 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) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С. Шипилова – ПрофОбрИздат, 2011- 464с.
- 19) 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.
- 20) 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.
- 21) 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

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/173015>