

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/187561>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Коммерция

Содержание

Введение 3

Задание 1 5

Задание 2 10

Задание 3 16

Задание 4 22

Задание 5 25

Задание 6 30

Задание 7 30

Задание 8 34

Задание 9 36

Задание 10 39

Задание 11 42

Задание 12 44

Заключение 47

Список использованной литературы 48

Приложение 50

Введение

Целью производственной практики как завершающего этапа обучения является приобретение студентами навыков для решения профессиональных задач, исследовательских и аналитических умений и развития профессиональных компетенций.

Производственная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной (дипломной работы), решение поставленной проблемы на материалах деятельности конкретной организации (предприятия) с применением методов анализа.

К задачам производственной практики относятся:

- ознакомление с законодательными и нормативно-правовыми актами, методическими материалами по планированию, учету и анализу деятельности предприятия;
- ознакомление с учредительным документом и уставом организации;
- ознакомление со структурой организации;
- ознакомление с организацией и выполняемыми функциями и обязанностями работников предприятия;
- ознакомление с содержанием экономической и организационной работы;
- ознакомление с порядком разработки перспективных и годовых планов хозяйственно-финансовой и производственной деятельности предприятия;
- производство анализа хозяйственно-финансово деятельности предприятия;
- выполнение работы по осуществлению экономической деятельности предприятия, направленной на повышение эффективности и рентабельности производства, качества выпускаемой и освоение новых видов продукции, достижение высоких конечных результатов при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- подготовка исходных данных для составления проектов хозяйственно-финансовой, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) предприятия в целях обеспечения роста объемов сбыта продукции и увеличения прибыли;
- оформление материалов для заключения хозяйственных договоров;
- слежение за сроками выполнения договорных обязательств;
- участие в формировании экономической постановки задач либо отдельных их этапов, решаемых с помощью вычислительной техники, определение возможности использования готовых проектов, алгоритмов, пакетов прикладных программ, позволяющих создавать экономически обоснованные системы

обработки экономической информации;

- ознакомление со многими видами функций экономиста.

Объектом производственной практики является продуктовый магазин ООО «Фермер», ХМАО, пгт. Березово.

## Задание 1

Магазин ООО «Фермер» осуществляет розничную продажу пищевых продуктов, включая напитки, и табачные изделия.

ИНН/КПП: 8613005958/ 861301001

ОГРН: 1068613000060

Дата регистрации: 23.01.2006 г.

Уставный капитал: 500 000 руб.

Юридический адрес: 628140, Ханты-Мансийский Автономный округ - Югра, Березовский район, поселок городского типа Березово, Газопромысловая улица, дом 47 а.

Зарегистрирован Межрайонной инспекцией ФНС России №8 по Ханты-Мансийскому автономному округу - Югре.

Основным видом деятельности является «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах» (47.11).

Оперативное руководство осуществляет Генеральный директор Дейко Вячеслав Игоревич.

История сети продуктовых магазинов «Фермер» началась в далеком 1982 году в посёлке Березово.

Основателями были Маргарита Васильевна и Александр Васильевич Рубановы. На тот момент были одними из первых предпринимателей в районе. Изначально было организовано крестьянско-фермерское хозяйство под названием «Пятачок».

Хозяйство было крупное и стабильное, изначально занимались животноводством, разведением птицы, выращиванием овощей. В дальнейшем были открыты мясной и рыбный цеха, цех горячего и холодного копчения, пекарня и кондитерская. Ассортимент продукции собственного производства был богат мясными, овощными и хлебобулочными изделиями.

Следующим шагом было развитие розничной торговли продуктами питания и товарами первой необходимости. В этом направлении целеустремлённые хозяева прошли тернистый путь от выездной торговли в палатке и автомобиле до развития сети из шести магазинов получивших название «Фермер». Магазины всегда радуют покупателей широким ассортиментом товаров, приветливым персоналом, чистотой и порядком.

На сегодняшний день в пгт. Березово работает шесть магазинов и цех по выпечке хлебобулочных изделий. Магазины всегда радуют покупателей широким ассортиментом товаров продуктов питания и бытовой химии, приветливым персоналом, приятными ценами, чистотой и порядком. В настоящее время организация продолжает осуществлять свою деятельность, стремится к развитию и постоянно совершенствуется.

Предприятие специализируется на розничной продаже продуктов питания и напитков алкогольных и безалкогольных. Магазин «Фермер» это универсальный, продуктовый магазин. В ассортименте предприятия имеются следующие виды товаров:

- колбасные изделия
- хлебобулочные изделия
- молочные и кисломолочные товары
- табачные изделия
- алкогольные и безалкогольные напитки
- фрукты и овощи
- макаронные изделия
- крупы, каши
- консервированные товары
- шоколадные изделия

В организации сложились следующие правила внутреннего трудового распорядка. Магазин открывается в 8.00, закрывается в 21.00 часов. Магазин работает без перерыва на обед. Каждый сотрудник магазина работает в сумме 40 часов в неделю, как предусмотрено трудовым законодательством, также предусматривается время на подготовительную - заключительную работу с включением его в рабочее время, обеспечивается ритмичное чередование времени труда и отдыха работников в течение дня. Для

обеспечения работы персонала используется посменный график выхода на работу.

Торговая деятельность предприятия представляет собой вид предпринимательской деятельности, направленный на удовлетворение покупательского спроса путем реализации товаров потребительского назначения, а именно продуктов питания.

Организационную схему магазина «Фермер» можно представить в следующем виде - по убыванию должностного положения:

#### Рис.1. Организационная схема магазина «Фермер»

Структура и штатное расписание магазина утверждены руководителями вышестоящих органов в пределах установленных им предельной численности и фонда оплаты труда работников. В магазине работают 18 человек. Весь персонал магазина подразделяется на три категории: управленческий, основной и вспомогательный.

Управленческий персонал состоит из работников, обеспечивающих управление торгово-технологическими и трудовыми процессами.

Общее руководство магазином осуществляет директор магазина, он же руководит планово-экономической работой, занимается подбором кадров, руководит коммерческой деятельностью, обеспечивает охрану труда. Ему подчинены службы, занимающиеся вопросами труда и заработной платы, бухгалтерского учета и финансов. В его ведении находятся вопросы организации торгово-технологических операций и хозяйственного обслуживания.

Бухгалтерский аппарат принимает товарно-денежные отчеты, проверяет и обрабатывает их, учитывает денежные средства.

Товароведы выполняют основные функции в области коммерческой работы и организации торговли. Они же организуют доставку товаров в магазин.

Заведующие товарными секциями организуют работу своих секций, следят за поддержанием товарных запасов на определенном уровне, составляют заявки на завоз товаров, обеспечивают сохранность товарно-материальных ценностей.

Основной (торгово-оперативный) персонал - это продавцы, то есть работники, занятые обслуживанием покупателей в торговом зале. В обязанности продавцов входит подготовка и уборка рабочего места, подготовка товаров к продаже, обслуживание покупателей, учет неудовлетворенного спроса; а также готовят рабочее место к выполнению расчетных операций, выполняют расчетные операции с покупателями, осуществляют сдачу выручки.

Вспомогательный персонал обеспечивает обслуживание основного персонала, а также поддерживает магазин в надлежащем санитарно-гигиеническом состоянии

Стиль управления директора магазина «Фермер» более всего относится к авторитарному стилю. На что показывает его нежелание обращать внимание на проблемы коллектива, его жесткость и единовластие. Но его поведение можно оправдать тем, что такова специфика его работы.

При управлении данной организации он не придерживается какого либо одного стиля управления в чистом виде. Директору более всего характерен авторитарный стиль управления, но иногда в нем (стиле) проявляются демократические нотки. Он использует следующие черты указанных стилей: он интересуется мнением работников, при принятии некоторых решений, но поступает в большинстве случаев по-своему. Он властен и настойчив. В неординарных ситуациях не разбирается, кто прав - кто виноват, наказывает того, про кого доложили. Большую часть своих обязанностей передает сотрудникам по причине недостатка времени. Он очень требователен, но обычно требует больше, чем положено по должностным инструкциям. Его мало интересует проблемы сотрудников, как рабочие, так и личные. Он живет сам в себе, обособлено от коллектива и работы. К дисциплине в коллективе относится строго, иногда даже жестко. Предпочитает больше наказывать, чем поощрять сотрудников к работе.

Так как управление организацией полностью в его руках, он очень строг и требователен, решения принимает самолично, думает, что знает все и о всем. Он не терпит обсуждения принятых им решений, даже если они не устраивают большинство коллектива. Он предпочитает не замечать свой неправоты, считая, что всегда и во всех ситуациях прав.

Таблица 1 - Матрица SWOT - анализа магазина «Фермер»

Возможности (O)

1.

Возможность выйти на новые российские и зарубежные рынки. 2.

- Вертикальная интеграция. 3.  
Ослабление позиции фирм конкурентов. 4.  
Финансовая возможность поглощения менее платежеспособных конкурентов 5.  
Постоянное обновление товарного ассортимента фирмами-производителями. Угрозы (Т)  
Дорогостоящие законодательные таможенные требования. Экономический кризис - падение покупательской способности. Насыщение рынка. Растущая требовательность потребителей и поставщиков.  
Удаленность от крупнейших азиатских рынков сбыта - более высокие транспортные расходы на доставку продукции к потребителю  
Сильные стороны (S)  
Четко организованная стратегия развития предприятия. 2. Использование передовых рекламных и PR-технологий. 3. Высокий имидж предприятия. 4. Совершенствование управления дебиторской задолженностью. I «Сила и возможности»  
1. Внедрение принципиально новых видов технических товаров. 2. Выход на новые рынки. 3. Увеличение объемов продаж. 4. Освоение новой доли рынка. II  
«Сила и угрозы»  
1. Увеличение числа клиентов в прежнем сегменте рынка. 2. Внедрение новых технологий продаж. 3. Постоянная инновационная деятельность.

#### Список использованной литературы

##### Нормативно-правовые акты

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 01.05.2017) «О защите прав потребителей».
2. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ (последняя редакция).
3. Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа" от 22.05.2003 N 54-ФЗ (последняя редакция).
4. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения.
5. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги розничной торговли: Общие требования.
6. ГОСТ Р 51305-2009 Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу.
7. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли.

##### Литература

8. Баринов, В.А. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник – 2-е изд, испр. – («Профессиональное образование») – Москва: Инфра-М, 2016.
9. Дашков, Л.П., Памбухчиянц, В.К. Коммерция и технология торговли.– Москва : ИТК «Дашков и К», 2015.
10. Девисилов, В.А. Охрана труда: Учебник – 5-е изд., перераб. и доп. – («Профессиональное образование») Москва : Форум, 2014.
11. Денисова, И.Н. Организация и технология коммерческой деятельности. – Москва : Инфра- М, 2013.
12. Жулидов, С.И. Организация и технология коммерческой деятельности. Схемы и таблицы. Учебное пособие. – Москва : ОЦПКРТ, 2014.
13. Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. Учебник для ссузов. 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИТК «Дашков и К», 2016.
14. Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности. Учебник для ссузов.– Москва : ИТК «Дашков и К», 2015.
15. Панкратов, В.Г. Практикум по коммерческой деятельности. Учебник 12-е изд., перераб. и доп.. – Москва : ИТК «Дашков и К», 2015.
16. Панкратов, В. Г., Солдатова, Н.Ф. Коммерческой деятельности. Учебник 12-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИТК «Дашков и К», 2014.
17. Сайткулов, Н. Н. Техническое оснащение торговых организаций. Учебное пособие. Москва : Деловая литература, 2009.

##### Периодическая печать

18. Журнал «Современная торговля».
19. Журнал «Российская торговля».
20. Коммерческий вестник.
21. Управление сбытом.
22. Управление продажами.

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/187561>