

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/281865>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ 5

1.1 Цели и задачи, которые реализует данное предприятие в процессе своей хозяйственной деятельности 5

1.2 Организационно-правовая форма предприятия 6

1.3 Правовое обеспечение деятельности предприятия 7

1.4 Организационная и управленческая структуры предприятия 8

1.5 Виды деятельности предприятия 12

1.6 Положение предприятия на рынке 13

1.7 Основные технико-экономические показатели работы предприятия 14

1.8 Основные финансовые показатели 16

1.9 Характеристика подразделения предприятия 20

2 ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГИПЕРМАРКЕТА ПЕРЕКРЕСТОК 22

2.1 Структура и содержание деятельности производственных подразделений предприятия 22

2.2 Анализ действующей системы управления предприятием 24

2.3 Анализ действующей системы менеджмента качества 25

2.4 Анализ эффективности производств и торгового зала 26

2.5 Анализ управления персоналом 28

2.6 Основные проблемы и возможные по повышению эффективности деятельности предприятия 32

РАЗДЕЛ 3. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИ ПРОБЛЕМЫ 35

3.1- Организация управления деятельностью розничной сети 35

3.2 Виды и методы принятия управленческих решений 36

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 40

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 41

ВВЕДЕНИЕ

Производственная практика – это обязательная составляющая образовательного процесса, необходимая для подготовки квалифицированных работников, хорошо ориентирующихся не только в профильной теории, но и в реалиях трудовых будней.

Данный этап обучения осуществляется вне стен вуза – на базе учреждений, соответствующих будущей специальности студента.

Перенос учебного процесса в условия, максимально схожие с обстановкой будущей профессиональной деятельностью студента, – обязательный этап на пути получения высшего образования, обусловленный требованиями госстандартов и регламентированный приказом Минобразования и науки РФ.

Производственная практика проходила на базе гипермаркета «РемиСити».

Целью практики по получению профессиональных знаний и умений является исследование и анализ организации управления предприятием, углубление и закрепление теоретических знаний, умений и навыков при решении актуальных задач управления, углубление профессиональных навыков менеджера по выполнению конкретных функций деятельности организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать общую характеристику гипермаркету «РемиСити»;
- провести организационный анализ предприятия;
- провести финансово-экономический анализ деятельности гипермаркета «РемиСити»;
- изучить основные направления деятельности гипермаркета «РемиСити».

По окончании работы на предприятии предоставляется отчет руководителю, оформленный по стандарту, установленному программой практики.

Теоретической базой для написания отчета по практике послужили труды российских и зарубежных

ученых.

1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1 Цели и задачи, которые реализует данное предприятие в процессе своей хозяйственной деятельности

Гипермаркет «РемиСити» — 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 гипермаркета «РемиСити». Цель компании — стать номером один для каждой российской семьи.

Гипермаркет «РемиСити» — 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 гипермаркет «РемиСити» 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 гипермаркет «РемиСити» ставит цель — стать главной потребительской площадкой и самым известным потребительским брендом РФ, поставив покупателя в центр стратегии и покрывая до 70% кошелька.

1.2 Организационно-правовая форма предприятия

Гипермаркет «РемиСити» по организационно-правовой форме является публичным акционерным обществом.

Публичное акционерное общество обладает всеми признаками, присущими АО, вне зависимости от типа. К ним относятся следующие характеристики:

1) Уставный капитал, разделенный на акции, подтверждающий их обязательственные права. Учреждение такого юрлица не предполагает иных способов (долей или паев).

2) Участники отвечают стоимостью имеющих у них акций. Статус акционера подразумевает ответственность только в неоплаченной части акций.

Этот тип акционерного общества характеризуется собственными признаками:

1) Фирменное наименование публичного акционерного общества должно указывать на его публичный статус. На практике это предполагает наличие слова «публичное» перед словами «акционерное общество». Правовое регулирование требует этого для защиты интересов инвесторов. Важно, чтобы они понимали действующие правила, а также минимальный и максимальный риск перед осуществлением своих вложений.

2) Они могут размещать акции и иные ценные бумаги, конвертируемые в акции, посредством открытой подписки, согласно правилам, которые предусматривает правовое регулирование финансовых рынков. Исходя из признаков, можно получить следующее определение. Под публичным акционерным обществом следует понимать юридическое лицо, чей уставный капитал разделен на акции, принадлежащие акционерам, отвечающим по обязательствам в пределах стоимости своего вклада в уставный капитал.

Акции его распространяются при помощи открытой подписки, а в фирменном наименовании имеется указание на статус публичности.

ПАО не является самостоятельной организационной формой, но для него предусмотрен отдельный код ОКОПФ. Это указывает на то, что он выделяется из прочих акционерных обществ.

1.3 Правовое обеспечение деятельности предприятия

Рассмотрим правовое обеспечение деятельности гипермаркета «РемиСити».

- 1) Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»
- 2) Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»
- 3) Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 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»
- 4) Постановление Правительства РФ от 27.12.1996 № 1575 «Об утверждении правил, обеспечивающих наличие на продуктах питания, ввозимых в Российскую Федерацию, информации на русском языке»
- 5) Постановление Правительства РФ от 26.01.2010 № 27 «О специальных марках для маркировки табачной продукции».

1.4 Организационная и управленческая структуры предприятия

Организационная структура представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Организационная структура гипермаркета «РемиСити»

В магазине «РемиСити» 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 «РемиСити»

Штат сотрудников магазина «РемиСити» 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. Для успешного осуществления своих функций администратор должен руководствоваться определенными инструкциями и нормирующими документами.

При приеме товара администратор проверяет сроки годности продуктов, следит за добросовестным соблюдением условий хранения товаров. В случае необходимости предпринимает все меры по утилизации просроченных продуктов или возврату их поставщику.

Товаровед — одна из ключевых фигур, ведь в должностные обязанности товароведа входит контроль за товарооборотом магазина.

Своевременно заказать необходимые «ходовые» позиции и отказаться от «неходовых» — это важная задача в функционировании магазина. Также в должностной инструкции товароведа есть такие пункты, как составление претензий поставщикам, участие в инвентаризации и ведение отчетности.

Основной перечень обязанностей продавца:

1) Выкладка товаров на торговых стеллажах и полках.

По правилам мерчандайзинга продукция магазина должны быть выставлена на полке в одну линию, свободные места оставлять нельзя. На передний план необходимо выставлять те товары, срок годности которых истекает раньше, чем у остальных.

2) Пополнение полок и стеллажей по мере необходимости. При отсутствии одного наименования, его место на полке дополняют соседним товаром в нужном количестве.

3) Визуальный осмотр товара на предмет выявления брака или нарушений целостности упаковки.

4) Работа с рекламациями и стимулирование продаж отдельной продукции по требованию руководства.

5) Консультирование покупателей и организация помощи в выборе товара.

Должностная инструкция кассира гипермаркета «РемиСити» включает следующие пункты, касающиеся работы с контрольно-кассовой техникой:

- обслуживание клиентов магазина — прием наличного и безналичного расчета за покупки;

- ведение кассовой документации и учет расходных средств;

- проверка наличных сумм в кассе;

- соблюдение дисциплины работы кассовой техники (подсчет остатков, поддержание лимита средств в кассе);

- сдача денег из кассы инкассаторам.

Директор магазина «РемиСити» придерживается демократического стиля руководства. Эта методика руководства основывается на том, что все сотрудники компании принимают участие в жизни организации.

В задачу начальства входит равномерное распределение ответственности между всеми участниками трудового процесса.

Многие психологи утверждают, что этот стиль является одной из самых эффективных моделей управления. Анализ эффективности различных методик управления показал, что рассматриваемый вариант позволяет в несколько раз увеличить результативность труда работников. [8]

Начальство, полностью доверяет своим сотрудникам и принятым ими решениям. В таком коллективе царит равноправие, а все труженики принимают активное участие в решении всех важных вопросов, стоящих на повестке дня.

Использование этой методики подразумевает создание доверительной связи между работником и администрацией. Эта связь основывается на взаимопонимании между всеми участниками рабочего процесса. [5]

Демократический стиль управления позволяет находить новые способы решения административных вопросов, благодаря участию в обсуждении каждого работника. Именно этим объясняется желание начальства выслушать мнение всех тружеников.

Подобный подход гарантирует повышение качества работ и ускорение внутренних процессов. Выбор этой модели поведения означает, что руководство компании будет применять методы убеждений и стимулирования подчиненных, вместо попыток навязывания собственных решений.

Этот метод подразумевает использование штрафных санкций только в той ситуации, когда управляющий

перепробует все остальные доступные методы. [3]

Все решения принимаются с учетом потребностей работников. Доброжелательное отношение способствует росту инициативности и активности тружеников.

Человек, полностью удовлетворенный своей работой, стремится повысить свои профессиональные навыки и результаты труда. В такой атмосфере, каждый человек довольствуется собственным положением.

1.5 Виды деятельности предприятия

Основным видом деятельности гипермаркета «РемиСити» является розничная торговля.

Розничная торговля – это вид торговой деятельности по приобретению и продаже товаров для использования их в личных, семейных, домашних и других целях, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Для розничного покупателя, который делает покупку в личных целях, достаточно кассового или товарного чека, а субъект предпринимательской деятельности должен подтверждать свои расходы документально, поэтому продажа оптом оформляется иначе.

При реализации товара в розницу договор купли-продажи заменяет кассовый или товарный чек.

Дополнительно могут выписываться такие же сопроводительные документы, которые выдают при оптовой торговле (товарная накладная и счет-фактура), хотя они и необязательны для розничной торговли. Сам по себе факт выдачи счет-фактуры или накладной покупателю не указывает однозначно на оптовую торговлю, но есть такие письма Минфина, в которых ведомство считает, что продажа, оформляемая этими документами, розничной не может быть признана. Чтобы избежать налоговых споров, не стоит выписывать их розничному покупателю, если он приобретает товар не для предпринимательских целей, такие подтверждающие документы ему ни к чему.

При ведении розничной торговли необходимо соблюдать Правила продажи, утвержденные постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 2463, а также разместить в магазине уголок покупателя (потребителя). Это информационный стенд, находящийся в доступном для покупателя месте.

2 ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГИПЕРМАРКЕТА «РЕМИСИТИ»

2.1 Структура и содержание деятельности производственных подразделений предприятия

При получении заказанной продукции в магазине «РемиСити» проводится ее приемка.

Это процесс, который состоит из таких этапов:

- проверка качества, количества и комплектности полученных изделий;
- оформление необходимых подтверждающих документов;
- принятие продукции на учет.

Все действия по проверке поставки проводятся опытными сотрудниками, на которых возлагается материальная ответственность.

Они должны владеть нормативной базой относительно сроков и правил принятия изделия, разбираться в показателях качества и количественной оценке продукта, уметь правильно составлять требуемую документацию.

Если процедура приемки по качеству и комплектности проведена небрежно или с нарушениями, то шансы предъявить обоснованные претензии транспортным компаниям или изготовителям резко уменьшаются.

Получая груз, ответственное лицо обязано удостовериться, что характеристики изделия (цена, количество, наименование), указанные в сопроводительных документах, соответствуют реальному положению вещей. К грузу по договору поставки могут прилагаться такие бумаги: Накладная товарная. Используется для оформления реализации продукции сторонним организациям. Один ее экземпляр остается у поставщика, другой – передается покупателю для принятия на учет.

Количественная проверка подразделяется на два стадии:

- 1) Предварительная. Это изучение при разгрузке массы нетто (в упаковке) и количества мест товарных, а если изделия не затарены, то массы нетто (чистого веса) и количества единиц товарных. Также проверяется состояние и целостность упаковки или тары, в том числе пломб и маркировочных знаков. Наличие неисправностей, нарушения пломбировки, следы вскрытия – это весомые основания отказаться от принятия продукта. Если груз присылается в стандартной таре без нарушений (крупы, сахар, мука), то он принимается исходя из количества мест. Если продукт отгружался бочками, то происходит прием каждого места отдельно по брутто после завеса тары и сравнения ее со спецификацией или образцом.

2) Окончательная. Проводится параллельно с распаковкой, проверяется масса нетто и количество единиц изделия в каждом месте товарном.

Чтобы избежать ошибок в ходе проведения приемки и минимизировать вероятность возникновения конфликтов с поставщиком, результаты проведенного осмотра товара стоит фиксировать документально. Для этого можно использовать следующие документы:

Акт о приемке товаров, составленный по форме № ТОРГ-1 (утверждена постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 № 132).

Акт о приемке материалов, составленный по форме М-7 (утверждена постановлением Госкомстата РФ от 30.10.1997 № 71а). Заполнение этой формы целесообразно осуществлять и в том случае, если товар, поставленный по заключенному договору, является некачественным или при проверке его количества была обнаружена недостача.

Чтобы проверка товара на его соответствие установленным качественным требованиям была объективной, важно соблюсти сроки ее проведения. Они регламентированы упомянутой выше инструкцией приемки по качеству и до сих пор применяются на практике при взаимодействии поставщиков и потребителей товара. При этом сроки находятся в прямой зависимости от вида поставляемого продукта и удаленности потребителя от поставщика (исчисляться они начинают с момента поступления товара на склад получателя):

-10 суток — если товары поставляются в пределах одного города (если товар имеет статус скоропортящегося — 1 сутки);

-20 суток — если товары поставляются из одного города в другой (для скоропортящихся — 1 сутки).

2.2 Анализ действующей системы управления предприятием

Благоприятный социально-психологический климат характеризуют оптимизм, радость общения, доверие, чувство защищенности, безопасности и комфорта, взаимная поддержка, теплота и внимание в отношениях, межличностные симпатии, открытость коммуникации, уверенность, бодрость, возможность свободно мыслить, творить, интеллектуально и профессионально расти, вносить вклад в развитие организации, совершать ошибки без страха наказания и т.д. [20].

Большое значение для формирования благоприятного социально-психологического климата имеет то, насколько работа является для человека интересной, разнообразной, творческой, соответствует ли она его профессиональному уровню, позволяет ли реализовать творческий потенциал, профессионально расти. При осуществлении работы менеджер магазина «РемиСити» использует демократический стиль управления, при котором между персоналом организации и руководством организованы доверительные отношения. Ощущение навязанности решений сверху отсутствует. В управлении участвует и персона организации, что свойственно для данного стиля управления.

С утра составляется план работы на текущий день и в течение рабочего дня выполняет свои функции. Каждый из них имеет свое рабочее место, но все рабочие места размещены в одном офисном помещении. Управление производством в компании «РемиСити» включает в себя три процесса:

- 1) сбор информации;
- 2) анализ собранной информации;
- 3) принятие решения на основе полученных результатов.

Для принятия решения полностью изучается и анализируется персонал организации, влияние внешних факторов. На основе полученных данных принимается решение [9].

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) 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) 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.
- 15) 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.
- 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.
- 20) Шепелев А.Ф., Кожухова О.И. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров. – Ростов – на – Дону.: Учебное пособие, 2

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/281865>