

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/349694>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Товароведение

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Основные сведения о предприятии 5

1.1 Общая характеристика предприятия 5

1.2 Оценка логотипа и торговой марки торговой сети 11

1.3 Анализ экономических показателей 14

2. Оценка конкурентоспособности торговой деятельности предприятия 19

2.1 Анализ внешней и внутренней среды предприятия 19

2.2 Конкурентный анализ деятельности предприятия 22

2.3 Модельный анализ: БКГ – матрица и модель 4Р 23

3. Рекомендации по повышению конкурентоспособности деятельности предприятия 31

Заключение 33

Список используемых источников 35

ВВЕДЕНИЕ

Данный отчет актуален в 2023 году, так как конкуренция торговых сетей находится на достаточно большом уровне, некоторые компании покупают целые сети для того, чтобы расширить своё количество магазинов по стране, поэтому проводить анализ сетей и отдельных их магазинов очень важно для самой торговой сети, ведь проведя углублённый анализ можно выявить свои сильные и слабые стороны, в данном отчёте представлена общая характеристика торговой сети «Магнит», а также взят конкретный универсам (объект) данной сети находящийся по адресу г. Челябинск, ул. Румянцева, 33.

1. ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Общая характеристика предприятия

Сеть магазинов «Магнит» - ведущая розничная сеть по торговле продуктами питания в России.

«Магнит» является одной из ведущих розничных сетей в России по торговле продуктами питания, лидером по количеству магазинов и географии их расположения.

Компания представлена в около 4 000 населенных пунктах, ежедневно магазины компании посещают почти 16 миллионов человек. «Магнит» работает в мультиформатной модели, которая включает в себя магазины у дома, супермаркеты, аптеки. Зона покрытия магазинов занимает огромную территорию, которая растянулась с запада на восток от Пскова до Нижневартовска, а с севера на юг от Архангельска до Владикавказа. Большинство магазинов расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Также магазины «Магнит» находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском округах. Магазины розничной сети «Магнит» открываются как в крупных городах, так и в небольших населенных пунктах.

На 30 июня 2022 года компания насчитывала 26 731 торговую точку в 67 регионах России. Участниками кросс-форматной программы лояльности сети являются более 63 млн человек.

«Магнит» является уникальной компанией в российском ритейле. Наряду с продажей товаров розничная сеть занимается производством продуктов питания под собственными торговыми марками. Компания управляет несколькими предприятиями по выращиванию овощей, производству бакалеи и кондитерских изделий. «Магнит» владеет тепличным и грибным комплексами, которые являются одними из крупнейших в России.

Логистическая инфраструктура компании включает в себя 45 распределительных центров и 5412

автомобилей.

«Магнит» входит в список крупнейших публичных компаний мира рейтинга Global 2000 Forbes и возглавляет рейтинг крупнейших частных работодателей России по версии Forbes. Общая численность сотрудников составляет около 359 тысяч человек.

«Магнит» был основан в 1994 году на юге России в Краснодаре как небольшая региональная компания. За это время «Магнит» вырос в одну из крупнейших российских компаний. Штаб-квартира розничной сети по-прежнему находится в Краснодаре. В 2006 году компания провела IPO на Лондонской фондовой бирже (листинг отменен 30.08.2022). 66,8% акций «Магнита» находятся в свободном обращении и торгуются на Московской бирже (MOEX: MGNT). В соответствии с ревьюированными результатами Компании по МСФО 16, выручка «Магнита» за 1 полугодие 2022 года составила 1 136,3 млрд руб., EBITDA — 128,4 млрд руб.

1.3 Анализ экономических показателей

В данной части были рассмотрены Финансовые показатели магазина “Магнит ” был проведён анализ основных экономических показателей деятельности, но перед их расчётом нужно дать определение рассматриваемым показателям.

Продажа товаров осуществляется за наличный расчёт, по безналичному расчёту или посредством кредитных карточек. Розничным товарооборотом является продажа, продовольственных и непродовольственных товаров населению через специально организованную торговую сеть, рынки, а также непосредственно на предприятиях, в организациях, учреждениях. В розничный товарооборот включается продажа продовольственных товаров по безналичному расчёту организациям социального назначения. Товарооборот - количественный показатель, характеризующий объём продаж. Розничный товарооборот представляет собой заключительную стадию движения потребительских товаров из сферы обращения в личное потребление путём их обмена на денежные доходы.

Выручка – это поступление (в виде денежных средств или будущих выгод) от продажи товаров, работу или услуг.

Себестоимость продаж (полная себестоимость) — расходы на изготовление и продажу продукции.

Себестоимость продаж складывается из производственной себестоимости проданной продукции и расходов на ее продажу.

Валовая прибыль — это доход компании, который остаётся от выручки после вычета себестоимости продукции.

2. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Анализ внешней и внутренней среды предприятия

Анализ внешней и внутренней среды организации иначе называют анализом среды организации (метод), позволяющим выявить угрозы и возможности, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, а также сильные и слабые стороны ее внутренней среды.

SWOT-анализ – это аббревиатура английских понятий (strengths – сила, weaknesses – слабость, opportunities – возможности and threats – угрозы). Он представляет собой анализ сильных и слабых сторон фирмы, оценку ее возможностей и потенциальных угроз.

Сильные стороны– это внутренние факторы, которые могут способствовать эффективной работе организации (например, хорошо подготовленный персонал по сбыту, отлаженное производство, высококачественная продукция).

Сильные стороны компании важны, поскольку они могут быть использованы как основа для формирования стратегии и конкретного преимущества. Слабые стороны– это внутренние факторы, которые могут воспрепятствовать эффективной работе организации (например, фиксированные издержки, устаревший дизайн продукции, затянутые графики поставок). Также нужно учитывать сильные и слабые стороны компании и ее возможности.

Возможности– это внешние факторы, которые благоприятствуют организации, например, эффективные каналы сбыта, соответствие с законодательством, наличие роста сегментов рынка, надежность постоянных ключевых компонентов, процесс реорганизации у конкурента. Главным достоинством компании является то, что она делает довольно хорошо по сравнению с конкурентами.

2.2 Конкурентный анализ деятельности предприятия

Конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях.

Целью отраслевого конкурентного анализа является определение привлекательности отрасли и ее отдельных товарных рынков. Такой анализ позволяет понять структуру и динамику отрасли, характерные для нее возможности и существующие угрозы.

2.3 Модельный анализ: БКГ – матрица и модель 4P

Модель БКГ представляет собой своеобразное отображение позиций конкретного вида бизнеса в стратегическом пространстве, определяющего двумя координатными осями, одна из которых используется для измерения темпов роста рынка продуктом, а другая ось для измерения отнесенной доли продукции организации на рынке.

В модели БКГ основными коммерческими целями организации предполагается рост нормы и массы прибыли, при этом набор допустимых стратегических решений относительно того, как можно достичь эти цели, ограничивается 4 вариантами:

1. Увеличение доли бизнеса организации на рынке;
2. Борьба за сохранение доли бизнеса организации на рынке;
3. Максимальное использование положения бизнеса организации на рынке;
4. Освобождение от данного вида бизнеса.

Модель БКГ предполагает, что важнейшими целями организации являются рост и прибыльность, при том что бизнес-области организации независимы. При появлении зависимости между бизнес-областями в рамках одной организации модель не работает.

Модель БКГ строится на ряде таких допущений, которые в определенных случаях делают ее использование для анализа не бесспорным. Прежде всего это модель предполагает, что более высокая доля рынка ведет к более высокой прибыли.

Самые главные допущения модели БКГ заключаются в двух аспектах:

1. Чем выше темп роста, тем больше возможности развития;
2. Чем больше доля рынка, тем сильнее организация.

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

На основе проведенного исследования в рамках учебной практики были решены следующие задачи:

- ознакомиться с основами будущей профессиональной деятельностью;
- приобрести навыки, знания и умения для эффективной организации, и управления торгово-сбытовой торговой сети «Магнит»
- приобрести знания, умения и навыки по проведению экономической и маркетинговой деятельностью торговой сети «Магнит»
- приобрести знания, умения и навыки по управлению ассортиментом товаров коммерческого предприятия торговой сети «Магнит»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Магнит» специализируется на розничной продаже продовольственных товаров и необходимых непродовольственных товаров.

«Магнит» является сильным конкурентом среди подобных сетей магазинов. Его показатели деятельности находятся в самых высоких рядах.

Цель «удовлетворение потребностей покупателя». В данном отчете была представлена общая характеристика торговой сети «Магнит», а также был взят конкретный универсам (объект) данной сети, находящийся по адресу ул. Румянцева д. 33.

Основной целью отчета по учебной практике являлось комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по анализу и разработке рекомендаций для коммерческого предприятия Магнит.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 г. [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Багин, Л.А. Торговое дело. Экономика и организация. Учебник / Л.А. Багин. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 256 с.
3. Баканов, Михаил Экономический анализ в торговле / Михаил Баканов. - М.: Экономика, 2020. - 320 с
4. Гранаткина, Н. В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами. Учебное пособие / Н.В. Гранаткина. - М.: Academia, 2014. - 256 с.
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И Даль – М. Русский язык.1863. - 106 с.
6. 7. Каплина, С. А. Организация и технология розничной торговли / С.А. Каплина. - М.: Феникс, 2013. - 336 с.
8. Круглякова, Г. В. Коммерческое товароведение продовольственных товаров. Учебник / Г.В. Круглякова, Г.Н. Кругляков. - М.: Дашков и Ко, 2002. - 496 с.
9. Мокий, М. С. Экономика фирмы. Учебник и практикум / М.С. Мокий, О.В. Азоева, В.С. Ивановский. - М.: Юрайт, 2015. - 336 с.
10. Мусалов, Н. П. Управление структурным подразделением организации в сфере торговли и коммерции. Учебник / Н.П. Мусалов Е.Н.
11. Паленова Т.В. Анализ воздействия внешней среды сети ЗАО Тандер «Магнит» // Международный журнал гуманитарных и внешних наук. 2019. №5-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-vneshney-sredy-seti-zao-tander-magnit>
12. Применко А. А. Оценка основных показателей операционной деятельности розничной торговой сети "Магнит" // Экономика и социум. 2018. №6 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-osnovnyh-pokazateley-operatsionnoy-deyatelnosti-roznichnoy-torgovoy-seti-magnit>

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/349694>