

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/372518>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Общая характеристика организации. Оценка факторов внешней среды 5
2. Оценка миссии, стратегических целей и стратегии развития организации 8
3. Организационное проектирование 10
4. Управление операциями 12
5. Управление человеческими ресурсами 15
7. Управление финансами 28
8. Эффективность управления организацией 33

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 36

Полное наименование организации: акционерное общество «Тандер», сокращенное наименование: АО «Тандер». Место нахождения: 350002, край Краснодарский, г. Краснодар, ул. Им. Леваневского, д. 185, фактический адрес: г. Тюмень, ул. Гастелло. 78.

Вид деятельности: торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах (код по ОКВЭД 47.11), дополнительно организация заявила еще 150 видов деятельности по ОКВЭД. Статус организации: коммерческая, действующая. Организационно-правовая форма: непубличные акционерные общества (код 12267 по ОКОПФ)

Организация АО «Тандер» зарегистрирована в едином государственном реестре юридических лиц 26 лет назад 28 июня 1996. Средний возраст юридических лиц для вида деятельности 47.11 «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах» составляет 12 лет. Данная организация уже существует дольше. Налоговый орган, в котором юридическое лицо состоит на учёте: Инспекция Федеральной налоговой службы №2 по г. Краснодару (код инспекции – 2310). Организация имеет 74 филиала и 1 представительство. Руководство (функции единоличного исполнительного органа) с 21 марта 2019 г. осуществляет управляющая организация ПАО «Магнит». Уставный капитал АО «Тандер» составляет 100 млн руб.

SWOT-анализ — один из самых эффективных инструментов в стратегическом менеджменте. Его сущность заключается в анализе сильных и слабых сторон организации, потенциальных внешних возможностей и угроз. С использованием ранее рассмотренных инструментов менеджмента определим их для АО «Тандер»

Таблица 1.1- SWOT-анализ АО «Тандер»

Возможности (ВО) Угрозы (УГ)

Подавление конкурентов

Увеличение доли рынка

Расширение ассортимента

Выход на новые сегменты рынка Появление новых конкурентов и растущее конкурентное давление.

Возрастающее давление на цену товара.

Снижение покупательской способности

Сильные стороны (СИС) Группа 1 Группа 2

Клиентоориентированный подход

Квалифицированный персонал

Хорошая репутация

Постоянное обновление ассортимента товаров Высокий профессиональный уровень и опыт массового обслуживания клиентов создают хорошую репутацию у покупателей - потребителей товаров. Отсюда увеличение прибыли и возможность расширения бизнеса для подавления конкурентов, увеличения доли рынка за счет расширения. Высокий профессиональный уровень, опыт массового обслуживания клиентов и обновление ассортимента товаров устраняют появление новых конкурентов и растущее конкурентное давление, снижают рискованность деятельности, возрастающее давление на цену товара за счет снижения

материальных затрат.

СИВ СИУ

Слабые стороны (СЛС) Группа 3 Группа 4

Не эффективная система управления

Высокая текучесть кадров

Отсутствие комплекса маркетинга Обновление системы управления позволит сократить текучесть кадров.

Снизить присутствие на рынке конкурентов, возрастающее давление на цены товаров и рискованность деятельности возможно за счет грамотно выстроенной системы управления, кадровой политике и маркетинговой деятельности

Выявленные слабые стороны (таблица 1.1) возможно решить путем:

□ обновления системы управления, позволит сократить текучесть кадров;

Сильные стороны компании, помогут с помощью:

□ высокого профессионального уровня и опыта массового обслуживания создать хорошую репутацию у потребителей услуг. Отсюда увеличение прибыли и возможность расширения бизнеса;

□ подавления конкурентов, увеличить долю рынка за счет расширения услуг.

Учитывая, что характер деятельности АО «Тандер» имеет национальный масштаб, а сама сеть имеет российское распространение, глобальные экологические факторы, влияющие на компанию в национальном или даже глобальном масштабе, оказывают наибольшее влияние на ее деятельность в целом.

Целесообразно оценить влияние этих факторов окружающей среды с помощью PEST-анализа.

Таблица 1.2 - PEST-анализ

Политика Р Экономика Е

Политическая стабильность органов региональной исполнительной власти

Государственное регулирование конкуренции в отрасли (влияние антимонопольных органов)

Повышенное внимание со стороны налоговых органов Влияние экономического кризиса (снижение уровня потребления населения)

Повышение уровня инфляции

Развитие розничной сети

Повышение отпускных цен поставщиков

Появление новых конкурентов

Социум S Технология Т

Снижение прироста населения

Изменение структуры доходов населения

Снижение социальной мобильности населения

Повышение уровня социальной напряженности Внедрение новых стандартов розничной торговли

Применение программного обеспечения планирования логистики

Развитие новых энергосберегающих технологий

На рынке в сегменте супермаркетов конкуренцию сети «Магнит» также составляют магазины таких сетей как «Ашан», «Лента» и «Пятерочка». Для большинства покупателей приоритетными факторами покупки являются качество продуктов питания и их упаковка, на втором месте - цена, и только потом компания-производитель.

2. Оценка миссии, стратегических целей и стратегии развития организации

«Магнит» - одна из ведущих розничных сетей в России по торговле продуктами питания, лидер как по количеству магазинов, так и по географии их расположения.

Компания представлена примерно в 4114 местах, и почти 16 миллионов человек ежедневно посещают магазины компании. «Магнит» работает по мультiformатной модели, которая включает магазины на дому, супермаркеты, аптеки и аптеки. По состоянию на 31 марта 2023 года компания насчитывала 27 909 торговых точек в 67 регионах России. Участниками кросс-форматной программы лояльности сети являются более 70 миллионов человек.

«Магнит» - уникальное предприятие в российской розничной торговле. Помимо продажи товаров, розничная сеть занимается производством продуктов питания под собственными торговыми марками. Компания управляет несколькими овощеводческими, пищевыми и кондитерскими предприятиями. «Магнит» обладает

тепличным и грибным комплексами, которые являются одними из крупнейших в России. Логистическая инфраструктура компании включает 45 распределительных центров и 5414 транспортных средств. «Магнит» включен в список крупнейших публичных компаний мира рейтинга Forbes Global 2000 и возглавляет рейтинг крупнейших частных работодателей России по версии Forbes. Общая численность персонала составляет около 367 тысяч человек.

Стратегическая цель АО «Тандер»: укреплять текущее лидерство на федеральном рынке за счет увеличения доли рынка при сохранении прибыльности компании.

Стратегические приоритеты:

1. Улучшения CVP
2. «Интеллектуальное» расширение
3. Укрепление позиционирования
4. Расширять предложение для покупателей
5. Процесс принятия решений, ориентированный на клиента, который обеспечивает более высокую лояльность и лучшую персонализацию за счет использования технологий искусственного интеллекта / больших данных;
6. Улучшение CVP и кластеризации для удовлетворения потребностей клиентов;
7. Улучшенное позиционирование бренда (включая заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение);
8. Офлайн-предложение для клиентов вне рамок (E2E);
9. Цифровые технологии / экосистема.

1. Булганина, С. В. Моделирование системы внутрифирменного обучения персонала сервисной организации и опыт ее реализации / С. В. Булганина, Т. Е. Лебедева // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 2-2. – С. 313-316.
2. Бухалков, М.И. Организация и нормирование труда: Учебник / М.И. Бухалков. - М.: Инфра-М, 2017. - 388 с.
3. Бухалков, М.И. Организация и нормирование труда: Учебное пособие / М.И. Бухалков. - М.: Рип, 2015. - 142 с.
4. Бычин, В.Б. Организация и нормирование труда: Учебное пособие / В.Б. Бычин, Е.В. Шубенкова, С.В. Малинин. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 248 с.
5. Бычин, В.Б. Регламентация и нормирование труда: Учебное пособие / В.Б. Бычин, Е.В. Шубенкова. - М.: Инфра-М, 2018. - 352 с.
6. Васильева, Н.А. ВПС: Организация, нормирование и оплата труда на предприятии. КЛ / Н.А. Васильева. - М.: Приор, 2015. - 160 с.
7. Вукович, Г. Г. Управление персоналом: теория и методика / Г. Г. Вукович // Экономика Профессия Бизнес. – 2019. – № 4. – С. 20-25.
8. Гейц, И.В. Нормирование труда и регламентация рабочего времени / И.В. Гейц. - М.: ДиС, 2015. - 352 с.
9. Генкин, Б.М. Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях: Учебник для вузов / Б.М. Генкин. - М.: НОРМА, 2018. - 480 с.
10. Генкин, Б.М. Организация, нормирование и оплата труда на.: Уч. / Б.М. Генкин. - М.: Норма, 2016. - 352 с.
11. Герасимов, Б. Н. Методологические инструменты исследования и оценки эффективности процесса управления персоналом организации / Б. Н. Герасимов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 2. – С. 160-169.

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/372518>