

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/384484>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

Задание 1	3
Задание 2	7
Задание 3	10
Задание 4	13
Задание 6	15
Задание 6	17
Задание 7	19
Задание 8	20
Задание 9	23
Задание 10	24
Задание 11	30
Задание 12	34
Список литературы	37

ЗАДАНИЕ 1. (ПК 1.7)

Опишите организационно-правовую форму, юридический и почтовый адрес, характер собственности, сферу деятельности и специализацию предприятия. Представьте в отчете миссию организации, цель, основные виды деятельности предприятия (в соответствии с Уставом). Опишите история создания и развития предприятия; стратегические направления развития. Охарактеризуйте стиль руководства и управления персоналом. Постройте схему организационной структуры управления.

Ответ:

Объектом исследования является торговое предприятие АО «Тандер Магнит», которое расположено в селе Романово Алтайского края, которое ведет свою деятельность на основе российского законодательства. АО «Тандер Магнит» основано как подразделение ПАО «Магнит», и осуществляет торгово-закупочную деятельность по реализации продовольственных и непродовольственных товаров. АО «Тандер Магнит» является самостоятельной торговой фирмой с образованием юридического лица в с. Романово Алтайского края.

Форма собственности – частная.

Организационно-правовая форма – акционерное общество.

Миссия предприятия АО «Тандер Магнит» - это удовлетворение потребностей населения в продуктах питания и товаров широкого спроса.

Целью АО «Тандер Магнит» являются извлечения прибыли и наиболее полное удовлетворение потребности населения, компаний, организаций и учреждений в товарах, работах, услугах.

Главным видом деятельности АО «Тандер Магнит» является продажа продовольственного и непродовольственного товара населению, предоставление услуги розничной торговли.

По ассортиментным признакам АО «Тандер Магнит» - универсальный. Продаются все группы товара (хлеб и хлебобулочные изделия, кондитерские, мясные, рыбные, гастрономические товары, ликероводочные изделия, детское питание, бакалейные и галантерейные, канцелярские товары). Методы продаж - самообслуживание.

Магазин начинает работу в 9.00 и закрывается в 23.00, без перерывов на обед и выходных.

Организационная структура АО «Тандер Магнит» представляет линейно-функциональную структуру и представлена на рис. 1. и выглядит следующим образом.

Рисунок 1 - Организационная структура управления
АО «Тандер Магнит»

Руководство деятельностью предприятия ведет директор, который самостоятельно решает вопросы деятельности предприятия, действует от его имени, распоряжается имуществом предприятия, имеет в своем ведении вопросы приема и увольнения персонала предприятия. АО «Тандер Магнит» имеет функциональный тип организационной структуры управления.

В таблице 1 представлена внутренняя и внешняя среда организации, и матрица SWOT – анализа.

Таблица 1 - Матрица SWOT – анализа

SWOT – анализ Возможности:

Рост доходов населения

Снижение уровня инфляции

Рост оборота розничной и оптовой торговли

Совершенствование производства

Появление новых видов кондитерских изделий

Рост потребления кондитерских изделий

Большое влияние рекламы на потребителей

Рост рождаемости и детской целевой аудитории

Политика импортозамещения Угрозы:

Рост стоимости платных услуг

Высокий уровень конкуренции на рынке

Присутствие на рынке мировых лидеров кондитерской промышленности

Рост пошлин на ввозимое сырье и импортируемые кондитерские изделия

Рост цен на сырье влечет за собой непостоянство цен на продукцию, скачки спроса

Сильные стороны

Наличие сильного бренда

Репутация производителя качественной продукции

Использование современного оборудования;

Богатая рецептура и традиции производства

Широкий ассортимент

Доступная цена Сила и возможности:

совершенствование технологий производства

увеличение производственных мощностей

усиление маркетинга, в первую очередь, проведение маркетинговых исследований

увеличение рекламной активности Сила и угрозы:

усиление рекламной активности

снижение издержек за счет внедрения новых технологий (например, мучные кондитерские изделия)

Слабые стороны:

Отсутствие активной рекламной деятельности;

Зависимость от поставщиков;

Мало инновационных внедрений в производство;

Слишком большой ассортимент, наличие в производстве продукции, не пользующейся спросом; Слабость и возможность:

контроль сроков выполнения заказов

расширение спектра дополнительных и основных услуг

проведение рекламной кампании одновременно с активными продажами

Слабость и угрозы:

крайний вариант - закрытие или продажа бизнеса

усиление активности в продажах, маркетинговой и рекламной политике

Выводы по SWOT-анализу:

АО «Тандер Магнит» организует реализует продукцию из натуральных экологически чистых ингредиентов, что позволяет продавать большие объемы конкурентоспособной, качественной продукции. Широкий ассортимент, способствует подтверждению сильного бренда АО «МАГНИТ».

Наличие в ассортименте продукции, пользующейся слабым спросом, требует проведения целенаправленных маркетинговых компаний. АО «МАГНИТ» слабо себя рекламирует, вероятно полагая, что достигнутой популярности у населения вполне достаточно.

У АО «Тандер Магнит» как и у всех предприятий российского рынка пищевой продукции практически одинаковые угрозы: зависимость от поставок продуктов, постоянный рост цен на сахар, что влечет за собой скачкообразное ценообразование.

Формат, в котором работают магазин АО «Тандер Магнит» - супермаркет, который предлагает своему покупателю доступные цены, стабильные широкие ассортименты и удобства совершения покупок. АО «Тандер Магнит» - супермаркет для всей семьи, где любой найдет товары по своему вкусу.

Система управления в АО «Тандер Магнит» имеет линейно-функциональную структуру, при которой разделение управленческого труда обеспечивает распределение функций между линейными звеньями управления, которые призваны командовать, и функциональными, задачей которых является консультирование, помощь в разработке конкретных вопросов и подготовке управленческих решений, различных программ и планов. Организационная структура управления АО «Тандер Магнит» строится на основе комбинированной структуры, которая представляет собой набор линейных, и функциональных структур.

Стиль руководства и управления персоналом характеризуется как демократический, на предприятии широко применяется система делегирования полномочий.

ЗАДАНИЕ 2. (ПК 1.4)

Проидентифицируйте вид, класс и тип анализируемого предприятия. Опишите, как осуществляется организация материальной ответственности на предприятии. Опишите ассортимент, реализуемых товаров и сделайте ABC и XYZ – анализ ассортимента товаров и заполните таблицы 2 – 4.

Ответ:

По виду торговых предприятий магазин является стационарным, так как размещен в специально оборудованных помещениях, предназначенных для продажи товара и оказания услуг покупателю.

Проведем ABC-анализ по товарным группам.

Таблица 2 – ABC – анализ

Товарная группа Доля в товарообороте в порядке убывания, % Доля в товарообороте накопительным итогом, % Группа

Мясо, колбаса 26,4 26,4 А

Молочная продукция 23,6 50,0 А

Алкогольная продукция 15,2 65,2 В

Хлебобулочные изделия 10,1 75,3 В

Фрукты, овощи 9,7 85,0 в

Соки, воды 7,8 92,8 с

Кондитерские изделия 7,2 100 с

Ассортимент АО «Тандер Магнит» насчитывает до 2000 наименований товаров, из которых около 75% составляют продукты питания, и 25% - парфюмерия, бытовая химия, посуда, канцелярские товары. Насчитывается более 500 наименований товаров под собственной торговой маркой, из них: крупы, молоко, мороженое, продукты собственного производства: куры гриль, салаты, горячие закуски, блюда, суши, холодные закуски, шашлыки, выпечка. Для более глубокого исследования ассортимента АО «Тандер Магнит» следует применить XYZ-анализ, где критерием деления товаров на группы выступает доля товарной группы в валовой прибыли магазина, что представлено в табл.3.

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 248 с.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор Тандер оптимальных решений, финансовое прогнозирование: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2018. - 656 с
3. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. М.: ИНФРА-М, 2018. - 514с.
4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2019. – 320 с.
5. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: Дашков и К, 2019. – 390 с.
6. Волков О.И. Экономика предприятия. М.: ИНФРА-М, 2020. – 317 с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М. Гардарика, 2019.- 296с.
8. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование на предприятии. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», Рилант, 2018. – 328 с.
9. Зайцев Н.Л. Страхование. М.: Экзамен, 2010. М.: Юнити, 2017. – 266 с.
10. Ильин А.И., Планирование на предприятии: Учеб. пособие. В 2 ч. Ч.1. Стратегическое планирование. М.: ПРИОР, 2021. - 296 с.
11. Ковбасюк М.Р. Анализ финансовой деятельности предприятия с использованием ПЭВМ. М.: Финансы и статистика, 2019. – 270 с.
12. Литвак Б. Г. Управленческие решения. – М.: ЭКМОС, 2020. - 248 с.
13. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения. – М.: Юнити, 2019.- 272 с
14. Яковлев Ю.Р. Разработка финансовых показателей предприятия. Практическое пособие. М.: ПРИОР, 2018. – 216 с.

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/384484>