

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/70604>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Производственный менеджмент

Оглавление

Введение 3

1. Общая характеристика организации (на примере ФТС «Пятёрочка») 4
2. Анализ внутренней среды организации (на примере ФТС «Пятёрочка») 7
3. Анализ внешней среды организации ФТС «Пятёрочка» 12
4. Анализ организационной культуры ФТС «Пятёрочка» 13

Заключение 15

Библиография 16

Приложения 18

Чистая розничная выручка за 2017 г. составила 1 000 863 млн руб .

В г. Арамиле в настоящий момент 3 магазинов торговой сети «Пятёрочка».

В своей деятельности «Пятёрочка» руководствуется законами РФ, указами президента РФ, постановлениями и распоряжениями Правительства РФ, в том числе:

- Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ
- Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» ;
- Федеральный закон "Об обществах с ограниченной ответственностью" от 08.02.1998 N 14-ФЗ ;
- Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ ;
- Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.1999 N 52-ФЗ ;
- Правила продажи отдельных видов товаров (утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 N 55) .

Компания представляет собой - сеть самообслуживания с широким ассортиментом продуктов питания и сопутствующих товаров; ориентирована на покупателя со средним уровнем достатка, при этом предлагает ассортимент для покупателей с любым уровнем дохода; работает в формате "у дома".

«Пятёрочка» осуществляет различные промо-акции и программы лояльности в рамках поддержки малообеспеченных слоев населения.

В 2015 году началась реализация программ «Тайный покупатель» и «Директор по свежести», которые помогли выявить проблемные области и установить ответственность за качество товаров «Пятёрочки». Следовательно, снизился риск потребителей купить товар с истекшим сроком годности.

Основные потребители магазинов «Пятёрочка» - абсолютно разные слои населения любого возраста со средними, высокими и низкими доходами. Обосновано это тем, что в «Пятёрочку» может прийти любой человек и уложиться в ту сумму, на которую он рассчитывает.

Компания «Пятёрочка» была названа так, потому что в работе придерживается следующих пяти принципов:

1. Высокое качество товаров;
2. Низкие цены;
3. Широкий устойчивый ассортимент;
4. Лучшее расположение магазина;
5. Высокое стандартное качество обслуживания.

Данные принципы определяют корпоративную маркетинговую политику и служат основой внутренней среды организации.

2. Анализ внутренней среды организации (на примере ФТС «Пятёрочка»)

Анализ внутренней среды организации основывается на целях компании и изучении её структуры.

Компания декларирует следующие цели:

1. Фокус на потребителя. Стремится к лидерству в своем рыночном сегменте, предлагая востребованные

товары по лучшим ценам. Чтобы сохранить лояльность постоянных покупателей и привлечь новых, продолжается инвестирование как в повышение привлекательности магазинов, так и в качество обслуживания.

2. Повышение операционной эффективности. Лидерство компании стало возможным благодаря непрерывной работе над повышением эффективности. Стратегия роста эффективности операционной деятельности Компании подразумевает внедрение лучшего международного опыта, повышение производительности труда, модернизацию инфраструктуры сбыта и информационных систем с целью оптимизации управления цепочками поставок и лучшего использования преимуществ масштаба.

3. Сохранение лидерства на рынке с помощью мотивированных сотрудников.

4. Органическое развитие в основных и прочих регионах развития, поддержка местных производителей и экономики.

Миссия компании: довольный клиент.

Видение компании «Пятерочка»: быть лучшими в своем деле.

Главными ценностями компании являются честность, эффективность, партнерство.

Управленческая структура ФТС «Пятерочки» состоит из:

- Дивизионы (филиалы, распределение по регионам)
- Кластеры
- Кусты (группа магазинов)
- Магазины

Организационная структура компании "Пятёрочка" представлена на рисунке 1.

Рис. 1. Организационная структура компании "Пятёрочка"

Руководство текущей деятельностью торговой сети осуществляется генеральным директором – единоличным исполнительным органом.

К компетенции генерального директора относятся все вопросы руководства текущей деятельностью торговой сети.

Таким образом, сеть делится на дивизионы по географическому признаку. Каждый дивизион, в свою очередь делится на кластеры. В каждом из представленных кластеров существует своя организационная структура. Каждый отдел, представленный в данной структуре, находится в подчинении соответствующего отдела в структуре Дивизиона. Организационная структура кластеров представлена на рисунке 2.

Рис. 2. Структура управления кластером торговой сети «Пятерочка»

Структура управления в каждом конкретном магазине также стандартизирована. Она является универсальной для большинства современных торговых предприятий, её эффективность доказана практикой. Пример такой структуры представлен на рисунке 3.

Структура аппарата управления относится к линейно-функциональному типу. Данная структура имеет положительные и отрицательные стороны.

Рис. 3. Организационная структура магазина «Пятёрочка»

Положительными сторонами являются:

- путем централизации на высшем уровне важнейших решений обеспечивается стратегическая направленность управленческого процесса, облегчается интеграция текущих задач;
- за счет четкости и надежности коммуникаций появляется возможность без задержки доводить до исполнителей и реализовывать управленческие решения;
- в результате предельной рациональности структуры исключается дублирование управленческих функций и тем самым достигается экономия затрат.

К отрицательным сторонам относятся:

- увеличение административных расходов;

Библиография

Нормативные документы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)
  2. Федеральный закон "Об обществах с ограниченной ответственностью" от 08.02.1998 N 14-ФЗ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17819/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/)
  3. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_25584/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/)
  4. Федеральный закон "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" от 30.03.1999 N 52-ФЗ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_22481/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22481/)
  5. Правила продажи отдельных видов товаров (утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 N55: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17579](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17579)
  6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)
- Учебная литература:
7. Виханский, О. С, Наумов, А. И. Менеджмент: учебник / 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономистъ, 2006. — 670 с.
  8. Дорофеева Л. И. Менеджмент. Конспект лекций: Издательство: Эксмо, 2007 г.- 192 с.
  9. Комарова Н.В. Теоретические основы менеджмента: Конспект лекций / М.: Доброе слово, 2005. - 64 с.
  10. Олянич Д.Б. Теория организации: учебник. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 408с.
  11. Подлесных В.И. Теория организации: учебное пособие. – СПб: Бизнес-пресса, 2003. – 336с.
  12. Полукаров В.Л. Основы менеджмента: учебное пособие – 2-е изд. Перераб. – м.КНОРУС, 2008г, - 240с.
  13. Ружанская, Л.С. Теория организации: учебное пособие / Л. С. Ружанская, А.А. Яшин, Ю.В. Солдатова; под общ. ред. Л.С. Ружанской. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 200с.
  14. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 304 с.
  15. Яськов Е.Ф. Теория организации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление». – М.: ЮНИТА\_ДАТА, 2017. – 271с.
- Интернет-ресурсы:
16. Официальный сайт компании X5 Retail Group. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru>
  17. Российский ритейл.[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.retail.ru/>
  18. Учебный центр «Пятерочки»: мы любим свою работу!: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jobway.ru/articles/articles/?id=241>
  19. Федеральная торговая сеть «Пятёрочка» - крупнейшая российская сеть продуктовых магазинов «у дома»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://5ka.ru/about/>

*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://studservis.ru/otchet-po-praktike/70604>*