

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/75490>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

Содержание

Введение 5

1 Общая характеристика ООО «Зима-Лето» 6

1.1. Анализ правоустанавливающих документов 6

1.2. Организационная структура ООО «Зима-Лето» 6

1.3. Исследование процессов управления 7

1.4. Характеристика информационных систем организации 8

Раздел 2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия, 10

2.1. Макроэкономические условия функционирования организации 10

2.2. Отраслевые особенности деятельности предприятия 11

2.3. Анализ основных технико-экономических показателей 13

Заключение 17

Список использованной литературы 18

На заре новой эры Российского предпринимательства, а речь идет о конце 80-х прошлого века, покупка промышленной швейной машины предполагала сложную многоходовую комбинацию. В свободной продаже машин не было, все поставщики и производители были зарегулированы государством, поэтому помочь с этим вопросом помогали только личные связи с работниками швейных фабрик. Понятие купить, тогда заменялось словом «достать».

Но время шло, наша страна меняла свой облик и на первый план стали выходить рыночные отношения. Свободный рынок стал подталкивать многие крупные швейные предприятия к банкротству, а малый бизнес к бурному развитию. Как грибы после дождя появлялись частные швейные мастерские и цеха. Оборудование они покупали у разорившихся фабрик, а механики с этих фабрик им помогали с запасными частями и ремонтом. Тут же стали появляться компании, скупавшие бывшее в употреблении оборудование у разорившихся швейных фабрик и продавать его частникам. Это были еще крепкие и хорошие экземпляры швейной техники, хотя многие отслужили на потоке по 10 и более лет. Конечно, многие из них требовали небольшого ремонта, но поставки запасных частей были тоже с «распродаж» тех же фабрик и цены сильно отличались от мировых в меньшую сторону.

Но с приходом нового тысячелетия на рынке швейного оборудования стали происходить глобальные перемены. Крупнейшим в мире производителем швейного оборудования и запасных частей к нему становится Китай - более 70% всего мирового производства, а на долю Европы осталось не более 3%. Россия не смогла остаться в стороне от этих изменений и на нашем рынке в 2000 г. появились первые машины из Поднебесной, под брендом TYPICAL, от крупнейшего Китайского производителя «Typical Group Company» (основана в 1946 г. и на сегодня объединяет 11 машиностроительных предприятий и более 30-ти вспомогательных производств). В след за TYPICAL на Российском рынке стали появляться и другие машины различных Китайских брендов.

Со временем наши продавцы оборудования пошли еще дальше и стали завозить в Россию оборудование под собственными Российскими брендами – «Auroga», «Velles», «Vista», «TYPE SPECIAL», «JATI», «JUCK».

Изначально владельцы этих брендов ставили себе цели – победа в конкурентной ценовой борьбе. Эти марки машин заказывают на различных заводах Китая, а приходят они в Россию под одним – своим брендом. Но жизнь все расставляет по своим местам.

Качество машин, этих Российских марок, за последние десять лет, сильно выросло. На сегодня, цена и качество оборудования – это основные критерии выбора для покупателя. Надежность этих машин выросла вместе с ценой, и они встали в общий ряд известных Китайских марок, ничем им не уступая.

2.2. Отраслевые особенности деятельности предприятия

Первичная гипотеза о состоянии ООО «Зима-Лето» представлена в таблице 4.

Таблица 4-Формирование первичной гипотезы о состоянии ООО «Зима-Лето»

Состояние внешней среды ООО «Зима-Лето»

Состояние

внутренней

среды

ООО «Зима-Лето» + -

+ Внешняя среда ООО «Зима-Лето» в целом благоприятствует финансовой успешности бизнеса.

Внутреннее построение ООО «Зима-Лето» адекватно обеспечивает реализацию внешних финансовых и рыночных возможностей, а также противодействие внешним системным рискам. Внешняя среда Компании является угрожающей с точки зрения финансовой успешности бизнеса на стратегическую перспективу.

Внутреннее построение Компании пока адекватно обеспечивает реализацию внешних финансовых и рыночных возможностей, а также противодействие внешним системным рискам.

- Внешняя среда Компании в целом благоприятствует финансовой успешности бизнеса.

Внутреннее построение Компании не способно адекватно обеспечить реализацию открывающихся возможностей и противодействие внешним системным рискам. Внешняя среда Компании является угрожающей с точки зрения финансовой успешности бизнеса на стратегическую перспективу.

Внутреннее построение не способно адекватно обеспечить реализацию открывающихся возможностей и противодействие внешним системным рискам.

Вывод: согласно предварительной оценке внешняя среда ООО «Зима-Лето» в целом благоприятствует финансовой успешности бизнеса. В то же время внутреннее построение организации имеет проблемные области, которые требуют доработки и развития: система целей, бизнес-процессов, принятия решений, система выходов ООО «Зима-Лето».

В таблице 5 проведена оценка уровня конкурентоспособности товаров компании.

Таблица 5- Оценка уровня конкурентоспособности компании и ее товаров на рынке

Факторы оценки Конкуренты

ООО «Зима-Лето» «Мегалан» «Трансметалл» «Лофт»

1. Концепция 8 7 5 3

2. Качество 6 10 9 7

3. Ценовая политика 5 10 8 7

4. Финансы 6 10 8 7

5. Сбыт 5 8 6 6

6. Продвижение 5 10 10 9

7. Месторасположение 10 9 9 7

8. Производители товаров 10 5 9 7

Средняя оценка 6,87 8,62 8 6,62

В результате проведенного исследования оценки уровня конкурентоспособности компании и ее товаров, видно что, основным конкурентом является «Лофт» он набрал 6,62 балла.

Накладывая многоугольники предприятий – конкурентов друг на друга, можно выявить сильные и слабые стороны одного предприятия по отношению к другому. Многоугольник ООО «Зима-Лето» покрывает по наименьшим параметрам многоугольник конкурентов. Что еще раз доказывает необходимость повышения конкурентных преимуществ на рынке.

2.3. Анализ основных технико-экономических показателей

Проведем анализ экономических показателей ООО «Зима-Лето» (табл. 8).

Таблица 6 - Размеры и основные экономические показатели деятельности предприятия ООО «Зима-Лето»

Показатели 2016 2017 2018 Отклонение 2017 к 2016 Отклонение 2018 к 2017

тыс. руб. % тыс. руб. %

Выручка, тыс. руб. 10332,00 10383,20 14513,6 51,20 100,50 4130,40 139,78

Издержки обращения, тыс. руб. 9562,30 10655,40 10952,5 1093,1 111,43 297,10 102,79

Уровень издержек обращения к товарообороту, % 74,04 82,10 60,37 0,08 110,88 -0,22 73,54
 Среднегодовая численность персонала (работающих), чел. 35,00 38,00 38,00 3,00 108,57 0,00 100,00
 Прибыль (убыток) от реализации в расчете на:
 1 работника 21,99 26,99 141,45 5,00 122,74 114,46 524,06
 Рентабельность текущих затрат, % 8,40 2,50 3,20 -5,90 X 0,70 X
 Рентабельность продаж %
 7,44 9,87 37,03 2,43 X 27,16 X
 Рентабельность совокупного капитала (по прибыли от реализации), % 17,02 5,31 5,60 -11,71 X 0,29 X

По данным таблицы 6 можно сделать следующие выводы:

Сумма реализованных услуг увеличилась в 2018 году по сравнению с 2017 годом на 5163,0 тыс. руб. (+139,78%), по сравнению с 2016 годом – на 64 тыс. руб. (+100,5%).

Численность сотрудников увеличилась в 2018 году по сравнению с 2016 годом на 3 человека.

Величина выручки увеличилась на 51,20 тыс. руб. в 2017 году, и на 4130,40 тыс. руб. в 2018 году.

Среднегодовая стоимость ОПФ в 2017 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 502 тыс. руб. и в 2018 году на 148 тыс. руб.

Издержки обращения выросли на 1093,1 тыс. руб. в 2017 году, и на 297,10 тыс. руб. в 2018 году.

Прибыль от реализации в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличилась на 4349,60 тыс. руб., что является положительной тенденцией.

В результате рентабельность продаж увеличилась. Так в 2018 году каждый рубль выручки приносил 32,92 руб. прибыли от продаж.

По результатам проведенного исследования отмечено, что компания увеличивает с каждым годом объем реализации услуг. В целом, значения

Список использованной литературы

1. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. - М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2017. - 144 с.
2. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление / Р.И. Бунеева. - М.: Феникс, 2017. - 368 с.
3. Запечников, С. В. Криптографические протоколы и их применение в финансовой и коммерческой деятельности / С.В. Запечников. - М.: Горячая линия - Телеком, 2014. - 320 с.
4. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. - М.: Академия, 2014. - 272 с.
5. Коммерческая деятельность / И.М. Синяева и др. - М.: Юрайт, 2014. - 506 с.
6. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. - М.: Феникс, 2017. - 136 с.
7. Оканова, Т. Н. Налогообложение коммерческой деятельности / Т.Н. Оканова. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 288 с.
8. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 500 с.
9. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 248 с.
10. Пономарева, З. М. Деловые игры в коммерческой деятельности. Темы «Аукцион», «Биржа». Практикум / З.М. Пономарева. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 184 с.
11. Тихомиров, М. Ю. Договоры в коммерческой деятельности / М.Ю. Тихомиров, О.М. Оглоблина. - М.: Издание Тихомирова М. Ю., 2017. - 320 с.
12. Фомин, Г. П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности / Г.П. Фомин. - М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2013. - 640 с.
13. Шаповалова, ; Шаповалова Организация И Технология Коммерческой Деятельности / Шаповалова ; Шаповалова. - Москва: ИЛ, 2014. - 607 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/75490>