

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Новосибирской области
«НОВОСИБИРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(ГБПОУ НСО «НТЭК»)**

**ОТЧЁТ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ
для специальности 38.02.04. Коммерция (по отраслям)**

Студентки группы К-04 курс 3
Крец Татьяны Фёдоровны

Новосибирск 2023г.

Содержание

Введение.....	3
Общие сведения об организации:.....	13
Анализ основных показателей деятельности предприятия.....	18
Заключение.....	23
Список использованной литературы.....	25
Приложения.....	26

Введение

Целями преддипломной практики являются систематизация, закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций на основе изучения работы организаций различных организационно-правовых форм, в которых они проходят практику, приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также подготовка выпускной квалификационной работы.

В качестве рассматриваемого объекта стала сеть магазинов АО «Тандер». Предметом моего исследования стал магазин «Магнит», который расположен по адресу Ольги Берггольц, 39. Город Новосибирск Перечень основных и дополнительных услуг: Основные: формирование ассортимента, приемка товара, обеспечение хранения, предреализационная подготовка товара, выкладка, предложение товара покупателю, расчет и отпуск товара покупателю; Дополнительные: оказание помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании, бесплатная горячая линия, подарочные сертификаты, каталоги товаров, качественный сервис западного образца, регулярные промо-акции.

Основными налоговыми выплатами, которые осуществляет АО «Тандер» являются: выплаты и платежи по налогу на прибыль; выплаты и платежи по налогу на добавленную стоимость; выплаты и платежи по акцизам; выплаты и платежи по единому социальному налогу; выплаты и платежи по земельному налогу; выплаты и платежи по налогу на имущество.

Сеть магазинов «Магнит» занимает одну из лидирующих позиций среди ритейлеров российского рынка, которые специализируются на торговле товарами для розничного потребления. В определенные периоды компания занимала первое место, в другое время уступала лидерство ближайшему конкуренту «Пятерочке».

В разные годы пост гендиректора занимали разные управленцы. Одни возглавляли компанию годы, другие быстро уходили.

Основные задачи:

- закрепление теоретических знаний;
- приобретение практических навыков по специальности;
- сбор тематического материала для выполнения выпускной квалификационной работы предусмотренной учебным планом специальности;
- изучение структуры предприятия, организации документооборота, особенностей товародвижения;
- выявление проблем развития предприятия;
- разработка организационно-технических мероприятий по устранению выявленных недостатков.

Основные форматы магазинов

«Магнит у дома» — небольшие магазины площадью 200-600 м², где предлагаются товары повседневного спроса и продукты питания; расположены в жилых районах в шаговой доступности для местных жителей.

«Магнит Семейный» — супермаркеты площадью 1000-1500 м², в которых представлен расширенный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров народного потребления; расположены, как правило, в крупных торговых центрах с большими людскими потоками.

«Магнит Семейный+» — гипермаркеты большого размера от 1500 до 3000 м², с акцентом на сервис, проведение масштабных промоакций, дегустаций, розыгрышей призов и иных мероприятий, повышающих лояльность клиентов.

«Магнит Косметик» — небольшие магазины площадью 200-250 м², в которых можно приобрести непродовольственные товары. Основной ассортимент — различные косметические, лечебные и гигиенические средства.

«Магнит Аптека» — аптечная сеть, предлагающая лекарственные средства и сопутствующие товары. В октябре 2018 года объявлено о приобретении фармакологического дистрибьютера «СИА групп». Ожидается, что сделка окажет позитивный эффект от синергии с магазинами «Магнит Косметик» и «Магнит Аптека».

«Магнит» обладает одной из самых развитых и эффективных логистических систем: несколько десятков распределительных центров и обширный парк собственной грузовой техники.

В магазине «Магнит» используется линейная структура управления. Для этой структуры характерно сосредоточение всех функций управления в руках директора. Персонал делится на примерно равные части. Работники выполняют примерно одинаковые действия.

2. Внутренние документы организации — официальные бумаги компании, предназначенные для регулирования ее внутренней деятельности. Наряду с законодательными и правовыми актами они определяют свод правил, формирующий нормы внутренней жизни организации, порядок и условия соблюдения административных решений. Внутренние документы обеспечивают управленческую работу, содержащую процедуры, официальные полномочия, организационные ценности и другое.

Компания АО «Гандер» применяет обмен документами, используемыми в совместной коммерческой деятельности, на основе технологии электронного документооборота EDI.

Высшим органом управления Компании является Общее собрание акционеров. Совет директоров, избираемый акционерами и им подотчетный,

обеспечивает стратегическое управление и контроль деятельности исполнительных органов – Генерального директора (Председателя Правления) и Правления.

Исполнительные органы осуществляют текущее руководство Компанией и реализуют задачи, поставленные перед ними акционерами и Советом директоров.

Компанией выстроена эффективная система корпоративного управления и внутреннего контроля финансово-хозяйственной деятельности в целях защиты прав и законных интересов акционеров.

При Совете директоров функционирует Комитет по аудиту, который совместно с Департаментом внутреннего аудита помогает органам управления обеспечивать эффективную работу Компании, в том числе по организации и функционированию системы внутреннего контроля и управления рисками. Ревизионная комиссия контролирует соблюдение Компанией нормативно-правовых актов и законность совершаемых операций.

В целях проведения проверки и подтверждения финансовой отчетности ПАО «Магнит» привлекает внешнего аудитора, не связанного имущественными интересами с Компанией и ее акционерами.

Действующий при Совете директоров Комитет по кадрам и вознаграждениям готовит рекомендации по ключевым вопросам назначений и мотивации членов Совета директоров, исполнительных органов и органов контроля.

В целях эффективного взаимодействия с акционерами, координации действий Компании по защите прав и интересов акционеров, поддержки эффективной работы Совета директоров в ПАО «Магнит» создан Департамент корпоративного управления, осуществляющий функции Корпоративного

секретаря, а также при Совете директоров создан и функционирует Комитет по финансовым рынкам.

Компания осуществляет своевременное раскрытие полной и достоверной информации, в том числе о своем финансовом положении, экономических показателях, структуре собственности, чтобы обеспечить акционерам и инвесторам возможность принятия обоснованных решений.

Компания АО «Тандер» очень хорошо себя зарекомендовала в России в качестве крупнейшего розничного магазина. Это организация в последние годы показывает стабильные темпы роста. Это стало очевидно после изучения финансовых показателей за 2022 год. Данные о финансовых показателях были взяты из бухгалтерского баланса ПАО «Магнит» за 2022 год. Остановимся на них поподробнее. Исследование стоит начать с горизонтального и вертикального анализа, так как они дают общее представление о экономической ситуации на предприятии. Стоимость активов в 2022 году по сравнению с 2021 годом увеличились на 13,5% с 81717075 до 92731977 тысяч рублей. Этот рост вызван в основном за счет увеличения финансовых вложений за тот же период на 14,4% с 48861255 до 56725989 тысяч рублей, а также за счет увеличения дебиторской задолженности на 9534% с 179653 до 173308335 тысяч рублей. В пассиве баланса основные изменения коснулись следующих показателей: Нераспределенной прибыли (Непокрытого убытка), заемных средств, как долгосрочных, так и краткосрочных обязательств, кредиторской задолженности. Нераспределенная прибыль в 2014 году по сравнению с 2013 годом выросла на 77,3% с 8893021 до 15767449 тысяч рублей. Заемные средства в части 4 баланса (Долгосрочные обязательства) снизились в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 26,7% с 20476800 до 15000000 тысяч рублей. Заемные средства в части 5 баланса (Краткосрочные обязательства) снизились в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 104,2% с 10209100 до 5000000 тысяч рублей.

Также в анализе будут использованы следующие показатели: Рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала.

1) Рентабельность продаж (Рп):

$$R_p = (\text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка}) \times 100\%$$

$R_p(2021) = (-11560 / 315098) \times 100\% = -3,67\%$ (т.е. на каждый рубль выручки компания получает 3,67 копеек убытка)

$R_p(2022) = (-83,204 / 331967) \times 100\% = -25,06\%$ (т.е. на каждый рубль выручки компания получает 25,06 копеек убытка)

По поводу данного показателя можно сказать, что прослеживается явно отрицательная тенденция . Это говорит о неэффективной политики продаж, которая приводит к значительным убыткам.

2) Рентабельность собственного капитала (Рск):

$$R_{ск} = (\text{Чистая прибыль} / \text{Собственный капитал}) \times 100\%$$

$R_{ск}(2021) = (13073967 / 50882560) \times 100\% = 25,69\%$ (т.е на каждый рубль собственного капитала компания получает 25,69 копеек чистой прибыли)

$R_{ск}(2022) = (37098811 / 57756988) \times 100\% = 64,23\%$ (т.е на каждый рубль собственного капитала компания получает 64,32 копеек чистой прибыли)

3) Рентабельность активов (Ра):

$$R_a = (\text{Прибыль до налогообложения} / \text{Активы}) \times 100\%$$

$R_a(2021) = (13585509 / 81717075) \times 100\% = 16,62\%$ (т.е. на каждый рубль вложенных активов компания получает 16,62 копеек прибыли)

$R_a(2022) = (37842400 / 92731977) \times 100\% = 40,81\%$ (т.е. на каждый рубль вложенных активов компания получает 40,81 копеек прибыли). Из данных по

этому показателю можно сказать, что компания значительно прогрессирует, так как прибыль от вложенных активов за один год увеличилась более чем в 2 раза. На это непосредственное влияние оказало сравнительно большой рост чистой прибыли за тот же период с 13073967 тыс. руб. до 37098811 тыс. руб. Это рост практически в три раза, что является достаточно серьезным фактором развития компании.

Подводя промежуточный итог, хотелось сказать, что АО «Тандер» действительно является достаточно перспективной и хорошо развивающейся компанией. Считаю, что в дальнейшем, если не произойдет коренных изменений в их деятельности, компания также будет развиваться.

Говоря о рекомендациях, хочется сказать, что компания развивается очень стабильно и достаточно успешно. Такому предприятию нужно не сбавляя оборота прогрессировать. Хоть она уже и стала одной из лучших в розничных продажах заняв значительную долю рынка, но это далеко не ее предел. Можно расширяться и дальше на отечественном рынке, чтобы, к примеру общее количество магазинов было не 9711, а 12-15 или даже 20. В таком случае это предприятие получит львиную долю рынка в своей отрасли, что даст гораздо больше возможностей в регулировании цен на товары и тем самым увеличении прибыли.

Также хотелось порекомендовать компании не останавливаться на продуктовых магазинах и магазинах косметики, а диверсифицировать свои инвестиции и вложиться в другие отрасли, которые также являются актуальными в наши дни.

Еще можно сказать и о акциях этого предприятия. В последние годы их стоимость с некоторыми перерывами, но неизменно росла, что может говорить о прогрессе этой компании. В таком случае можно посоветовать провести SPO (вторичный выпуск акций). Это может привести к дальнейшему укреплению позиции ПАО «Магнит» на фондовом рынке, что приведет за собой увеличение

инвестиций в компанию со стороны как отечественных, так и иностранных инвесторов.

Также стоит сказать и о таком важном аспекте деятельности компании, которая открыла магазин по всей нашей большой стране, - это логистика. Логистика может способствовать достижению конкурентных преимуществ как в производстве - через рациональное использование имеющихся мощностей, сокращение запаса оборотных средств, кооперацию, интеграцию, совершенствование календарного планирования и т.д., так и в обслуживании - благодаря совершенствованию торгового сервиса, прогрессивной стратегии каналов распределения, более полному удовлетворению потребностей потребителей и т.п. Хорошо налаженное распределение и сбыт продукции для изготовителя не менее важны, чем сам производственный процесс. В России система сбыта находится на переходной стадии развития, что в большой степени осложняет сбыт на рынке нашей страны.

Завершая разговор о рекомендациях, хотелось сказать, что какой бы путь развития это компания не выбрала, он с большей долей вероятности будет оправдан. Ведь если предприятие достигло таких высоких целей, то она в дальнейшем будет также развиваться, если не произойдет что-то нестандартное или критическое.

4. Актуальные вопросы развития торговли на современном этапе

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. Она составляет около 27% внутреннего валового продукта РФ; по размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает второе место среди основных отраслей экономики.

Значительные перемены в экономической и политической жизни страны, произошедшие в течение последних лет, повлекли за собой существенные

изменения в характере и условиях функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе и в розничной торговле. В настоящее время розничная торговля РФ претерпевает кардинальные изменения. Эти изменения связаны, прежде всего, с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием российских розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными розничными сетями.

Развитие торговли на современном этапе заключается в совершенствовании ее на основе комплексного подхода к определению и удовлетворению потребностей и спроса населения, улучшению связей с производством, укреплению роста технической оснащенности, повышению культуры обслуживания населения, эффективности и качества работы на всех участках торговых предприятий

приоритетные направления развития розничной торговли:

совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;

создание эффективной системы управления (координации) потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;

реконструкция и модернизация объектов в соответствии с градостроительными требованиями и новейшими научно-техническими достижениями;

развитие и оптимизация структуры торговых сетей; развитие системы гипер- и супермаркетов, «магазинов у дома» и мелкорозничных рынков;

приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, в том числе и магазинов-дискаунтеров;

обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения; формирование адресных программ развития торговой сети; размещение новых предприятий там, где ощущается дефицит торговой сети;

упорядочение и качественные улучшения объектов мелкорозничной торговой сети, быстрое решение вопросов по ликвидации торговли в неустановленных местах; перевод мелкорозничной сети в современные торговые комплексы;

постепенный переход на преимущественно магазинные формы продажи (самообслуживание, торговлю через прилавок); внемагазинные формы торговли должны сохраниться для реализации сельхозпродукции, изделий народных промыслов, сезонных распродаж;

учет приоритетов потребителей: экономия времени и денег; наличие в торговых центрах культурно-развлекательных мероприятий;

повышение качества товаров и культуры обслуживания; забота о здоровье потребителей.

Общие сведения об организации

1. Отраслевая принадлежность: Розничная торговля
2. Организационно-правовая форма: Акционерное общество
3. Номенклатура и ассортимент проданных товаров:

В магазине «Магнит» реализуются следующие продукты:

1. Кондитерские изделия:

·- Конфеты весовые

·- Карамель

·- Наборы конфет

·- Печенье

·- Вафли

·- Пряник

·- Шоколад

ü 2.Хлебобулочные изделия:

·- Хлеб

·- Батоны, булочные изделия

·- Сушка - баранка

·- Пирожки

ü 3.Бакалейные товары:

·- Мука в/с, 1/с

·- Крупы

·- Макароны изделия

·- Сахар

·- Крахмал

·- Чай

·- Кофе и кофейные напитки

·- Какао

·- Лавровый лист

·- Пряности

·- Сода

·- Соль

·- Масло растительное

·- Сухой хлебный квас

·- Кисель

·- Табачные изделия

·- Жевательная резинка

- Чипсы

- Сухарики

ü4.Овощи, фрукты:

- Овощи

- Фрукты

ü 5.Мясные продукты:

- Мясные полуфабрикаты

- Колбасные изделия

- Сырые полуфабрикаты из мяса говядины, свинины, курицы

ü 6.Вино - водочные изделия:

- Пиво

- Водка

- Вино

ü 7.Напитки:

- Минеральная вода

- Газированная вода

- Сок

ü 8.Молочная продукция:

- Молоко

- Кефир

- Сметана

- Йогурты

- Творог

- Сыры

- Яйцо

- Майонез

- Мороженное

Основателем «Магнита» является предприниматель Сергей Галицкий. В июле 1995 года вместе с партнером Алексеем Богачевым он создал фирму «Тандер» и стал ее генеральным директором. Активное развитие сети

оптовых магазинов позволило компании войти в десятку крупнейших российских дистрибьюторов косметики, бытовой химии и парфюмерии.

В 1998 году компания открыла первый розничный супермаркет «Магнит» в Краснодаре. Название представляет собой сокращение от слов «магазины низких тарифов». Галицкий избегал конкуренции с крупными розничными сетями, развивая бизнес в небольших городах. Он позиционировал свои торговые точки как магазины у дома с низкими ценами. В начале 2000-х годов они были объединены в торговую сеть «Магнит». В 2003 году Галицкий зарегистрировал ОАО «Магнит», которое получило 100% акций «Тандера». К 2001 году сеть магазинов насчитывала уже 250 магазинов. Позже там появляются товары собственных торговых марок (которых у фирмы на сегодняшний день в районе 100 штук).

Интересно, что вторым человеком в компании был Владимир Гордейчук. Он пришел в «Магнит» в 1996 году, сначала работал водителем грузовика, потом торговым представителем, руководителем по продажам, а в итоге смог дослужиться до исполнительного директора.

Резкий взлет

Галицкий и Гордейчук начали развивать компанию вдвоем. К 2004 году она стала лидером по числу магазинов в России, в 2010 году появляется «Магнит Косметик», а спустя еще два года — «Магнит Семейный». В 2006 году компания проводит успешное IPO. С 2006 по 2014 годы стоимость акций «Магнита» выросла в 15 раз. Сеть в 2013 году обогнала «Пятерочку» как по количеству магазинов, так и

так и по выручке. В 2013 году компания с годовой выручкой 131 млрд рублей становится лидером российского ритейла.

Самое высокое место в рейтинге Forbes краснодарский бизнесмен занимал в 2014 году. С состоянием в 10,3 млрд долларов Галицкий стал 13-м в списке богатейших россиян. Но потом начались проблемы. Гордейчук к 2015 году стал меньше времени уделять работе в компании, а в 2016 году

вообще вышел из бизнеса. Найти человека на замену Галицкий не смог. Он решил делегировать его полномочия менеджерам нескольких направлений.

Продажа бизнеса

В феврале 2018 года стало известно, что Галицкий продал 29,1% акций сети государственному банку ВТБ, оставив за собой небольшой пакет в 3%. Также он ушел с должности руководителя «Магнита». Это стало одной из крупнейших сделок по слиянию и поглощению в России. Галицкий получил за свои акции 138 миллиардов рублей.

Одной из причин продажи стало постоянное психологическое напряжение, связанное с управлением торговой сетью. «Знаете, когда ты открываешь 11 467-й магазин в каком-то поселке, не знаю, в Ямало-Ненецком округе, — ты уже не испытываешь того тактильного ощущения восторга, успеха, потому что это уже 11 678-й магазин. И пресыщенность этой историей, наверное, была в тот момент», — говорил Галицкий.

«Магнит сейчас»

В 2021 году акционерное общество «Тандер» добилось регистрации нескольких товарных знаков «Магнит». Речь идет о логотипе «Магнит Косметик», «Магнит Опт», а

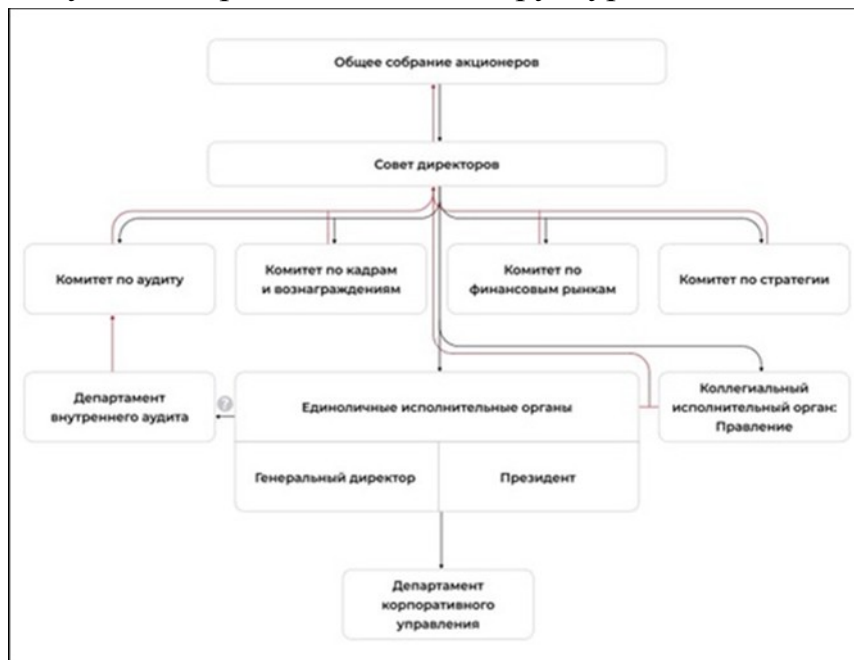
также изобразительном элементе в виде квадрата, на фоне которого выполнена фигура с расположенной в центре буквой «М» и словесный элемент «MAGNIT». В целом «Тандеру» принадлежит множество торговых марок.

В патентном портфеле компании также имеются патенты на промышленные образцы, несколько десятков свидетельств на собственных программы для ЭВМ и даже зарегистрированная база данных. Предприятие всегда довольно активно защищало свою интеллектуальную собственность.

В 2020 году «Магнит» подал заявку на регистрацию бренда «Магнит Мобайл». «Магнит» заявлял, что в тестовом режиме запустит собственного виртуального оператора связи Magnit Mobile до конца первого квартала 2022 года. Работать он будет на частотах Tele2.

Текущая рыночная капитализация «Магнита» составляет 464 миллиарда рублей. И хотя Галицкий давно отошел от дел, его имя продолжает ассоциироваться с сетью.

Рисунок 1- Организационная структура



На 2022 год численность сотрудников составляет 307 тыс. человек

Структура персонала Компании выглядит следующим образом: 69,3% работают в магазинах; 21,2% заняты в дистрибуции; 6,3% трудятся в региональных филиалах; 3,2% являются сотрудниками Головной Компании.

Анализ основных показателей деятельности предприятия

Таблица 1 Экономические показатели деятельности АО «Тандер.» за 2021-2022гг.

Показатели	Прошлый год 2021г	Отчетный год 2022г	Изменение, (+,-)	Темп изменения, %
1	2	3	4 (гр.3-гр.2)	5 (гр. 3/гр.2 *100)
1. Выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.	946 362 843	1 327 482 590	381 119 747	140,2%
2. Себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.	645 382 837	779 452 173	134 069 336	121%
3. Валовая прибыль, тыс. руб. (п.1-п.2)	300 980 006	548 030 417	247 050 411	182%
4. Коммерческие расходы, тыс.руб.	149 536 709	189 435 752	39 899 043	127%
5. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. (п.3-п.4)	151 443 297	358 594 665	207 151 468	237%
6. Прочие доходы (включая проценты к получению и доходы от участия в других организациях), тыс. руб.	101 334 722	115 512 865	14 178 143	114%
7. Прочие расходы (включая проценты к уплате), тыс. руб.	67 675 453	59 605 372	-8 070 081	88%
8. Прибыль (убыток)до налогообложения, тыс.руб. (п.5+п.6-п.7)	185 102 566	414 502 158	229 399 592	223%
9. Налог на прибыль, тыс. руб. (п.8*20/100)	37 020 513,2	82 900 431,6	45 879 918,4	224%
10. Чистая прибыль(убыток), тыс.руб. (п.8-п.9)	148 082 053	331 601 726	183 519 673	224%
11. Рентабельность продаж, % (п.5/п.1 *100)	16%	27%	11%	169%-

12.Рентабельность деятельности, % (п. 10/п.1*100)	16%	25%	9%	-156,%
---	-----	-----	----	--------

Вывод: Выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг) выросла на 381 119 747 тыс. рублей. Себестоимость проданных товаров повысилась на 134 069 336 тыс. рублей. Валовая прибыль выросла на 247 050 411. Коммерческие расходы с 2021г. Выросли на 39 899 043, а прибыль от продаж выросла на 207 151 468. Прочие доходы (включая проценты к получению и доходы от участия в других организациях), на 14 178 143 тыс. руб. Прочие расходы (включая проценты к уплате), уменьшились на 8 070 081 тыс. руб. Прибыль (убыток)до налогообложения, выросла на 229 399 592 тыс.руб. Налог на прибыль, на 45 879 918,4 тыс. руб. Чистая прибыль повысилась на 183 519 673 тыс.руб. Рентабельность продаж, выросла на 11%. Рентабельность деятельности, выросла на 9%.

Один из самых простых способов — повышение цен, при этом увеличение цены на 3-5% с тем же уровнем издержек позволяет довольно быстро увеличить общий оборот и доходность. Вполне закономерны опасения собственников, что часть клиентов перестанет покупать, и это скажется на объеме продаж. Но тут стоит рассчитать критическую точку потери базы, после которой повышение цены становится необоснованным.

Вот условный пример. Компания продавала продукт по 100 рублей, который покупали 100 раз в месяц, что давало общий оборот 10 000 рублей. С каждого клиента компания зарабатывала 20 рублей чистой прибыли или 2 000 рублей в месяц.

При повышении цены до 105 рублей оборот увеличится до 10 500 рублей. При тех же затратах прибыль составит 2 500 рублей. Но если 2 клиента откажутся от сотрудничества из-за повышения цен, то оставшиеся 98 клиентов все равно принесут компании по 25 рублей чистой прибыли. То есть совокупная прибыль по итогам периода будет — 2450. Таким образом повышение цены

в любом случае позволило увеличить прибыль. И при том сосредоточиться на качественном обслуживании существующих клиентов, что позволит сгладить дискомфорт от новых цен.

Таблица 2 Показатели эффективности использования ресурсов АО «Гандер.» за 2021-2022гг.

Показатели	Прошлый год 2021г.	Отчетный год 2022г.	Изменение (+,-)	Темп изменения, %
1	2	3	4 (гр.3- гр.2)	5 (гр. 3/гр.5 *100)
1. Средние запасы, тыс. руб.	214 461 138	216 437 499	1 976 361	101%
2. Оборачиваемость запасов, в днях	82	59	-23	71,9%
3. Скорость обращения запасов, в количестве оборотов	4,3	6,1	1,8	142%
4. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	524 776 783	574 895 245	50 118 462	110%
5. Фондоотдача, руб.	1,8	2,3	0,5	128%
6. Среднесписочная численность работников всего, чел. 6а) в том числе продавцов (рабочих)	32	30	-2	94%
7. Фонд заработной платы всего, тыс. руб.	12 917 108	12 620 547	-296 561	98%
8. Среднемесячная заработная плата работника, тыс. руб.	33 638	35 057	1 419	104,2%
9. Производительность труда всего, тыс. руб. 9а) в том числе продавца	29 573 839	44 249 419	14 675 580	150%
10. Прибыль на одного работника, тыс. руб.	4 627 564,1	11 053 391	6 425 827	2,3%

11. Торговая площадь, м2	1360 м2	1360 м2	0	100%
12. Выручка на 1 м2 торговой площади, тыс. руб.	695 855	974 657	278 802	140%

Вывод: По результатам проведённых мною расчетов показателей таблицы 2 и оценки их динамики в абсолютном и относительном выражениях, используя данные граф 4 и 5 можно сделать вывод, что использование основных средств и торговой площади, товарных запасов эффективно. Произошло ускорение их оборачиваемости. Производительность труда за 2022г выросла на 14 675 580 тыс. рублей, темп изменения равен 150%. Среднемесячная заработная плата выросла на 1 419 тыс. рублей, темп изменения равен 104,2%. Трудовые ресурсы на предприятии используются эффективно.

Мероприятия по повышению эффективности использования трудовых ресурсов:

1) Увеличение норм и зон обслуживания;

2) Повышение уровня специализации организации;

3) Сокращение потерь рабочего времени (уменьшение невыходов на работу, сокращение простоев);

4) Тщательное изучение характера заболеваемости у отдельных групп работающих и разработке на этой основе профилактических мероприятий (например, по улучшению охраны труда и технике безопасности, организации диетического питания и др.), обеспечивающих снижение заболеваемости.

5) Аттестация персонала;

6) Материальное стимулирование работников

Комплекс мероприятий, направленный на улучшение финансового состояния исследуемого предприятия

Для улучшения общего финансового состояния организации: необходимо следить за соотношениями дебиторской и кредиторской задолженности:

1) постоянно контролировать состояние расчетов по просроченной задолженности;

2) при просроченной задолженности высылать уведомления - претензии со всеми расчетами пени за просроченную задолженность;

3) разрабатывать разнообразные модели договоров с гибкими условиями оплаты, в частности предоставления покупателями скидок при досрочной оплате

Заключение

Во время преддипломной практики я систематизировала, закрепила теоретическую подготовку, приобретенные мною практические навыки на основе изучения работы организаций различных организационно-правовых форм, в которых я проходила практику, приобрела опыт в самостоятельной профессиональной деятельности, а также подготовила выпускную квалификационную работу

«Магнит» – второй по величине продуктовый ритейлер в России. Свое лидерство компания потеряла еще в 2015 году, когда произошла смена собственника и начались проблемы в операционном бизнесе. Сейчас компания постепенно восстанавливает позиции.

За последние 2 года «Магнит» поглотил 4 относительно небольших ритейлеров и группу «Дикси».

Поглощения и активное открытие новых магазинов привело к резкому увеличению торговых точек. «Магнит» активно развивает сразу несколько форматов.

В 1 квартале 2022 года рост продолжился. Число магазинов «Дикси» снизилось из-за реформирования в магазины «Магнит».

За последние несколько лет компания смогла существенно нарастить долю магазинов дрoгери (Косметик и Аптеки), что позволило расширить число потенциальных покупателей.

«Магнит» тестирует новые небольшие форматы по типу киосков и мини-кафе. Также в последнее время стало популярно развивать дискаунтеры. Учитывая текущую ситуацию, высокую инфляцию, снижение реальных доходов

населения магазины подобного формата имеют большой спрос. Предполагается, что ассортимент в «Моей цене» будет на 50% состоять из собственных торговых марок. За счет более низких капитальных затрат, узкого ассортимента и экономии на коммерческих расходах рентабельность инвестиций в открытие таких магазинов больше, чем у классических.

Средний чек обычно растет вместе с инфляцией. Исключением стал 2020 год, когда люди набирали запасы еды на длительный период на фоне паники и боязни лишней раз выходить из дома. Так что стоит ожидать, что в этом году у компании будет существенный прирост среднего чека, так как минимальные прогнозные значения инфляции – 20%.

Продуктовый ритейл в нынешние времена действительно можно назвать защитным сектором. Инфляция переносится на продукты, выбывшие иностранные марки можно заменить собственными и повысить их продажи.

«Магнит» подошел к кризису в хорошем состоянии: расширение сети за счет приобретения «Дикси», относительно небольшой рублевый долг с фиксированными ставками и растущие операционные показатели.

Как оказалось, сейчас компаниям выгодно иметь регистрацию в РФ и акции на Московской бирже, а не ГДР. Инвесторы, уходящие из X5 вполне могут переходить в «Магнит», как вполне сопоставимую по масштабам и эффективности компанию.

Рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности

1. Исследование потребительского предпочтения.

- введение бонусной карты постоянного покупателя с бонусным накоплением;
- создание зоны комфорта.

2. Повышение эффективности работы супермаркета.

- разработать единый стандарт поведения продавца на рабочем месте и обслуживания покупателей,
- разработать учебно-методический материал;
- оказание содействия в повышении уровня образования;
- разработать кодекс-продавца-консультанта,
- материальная мотивация сотрудников магазина;
- «подставной покупатель».

Список использованной литературы

<https://journal.open-broker.ru/visit-card/pao-magnit/>

https://studbooks.net/1378772/menedzhment/organizatsionnaya_deyatelnost

<https://www.evkova.org/kursovye-raboty/osobennosti-kommercheskoj-deyatelnosti-v-sfere-rozничnoj-torgovli-pao-magnit#2.1%20Общая%20характеристика%20предприятия%20«ПАО»%20«МАГНИТ»>

<https://ar2018.magnit.com/ru/40/30/10>

https://studopedia.ru/21_41930_razvitie-torgovli-na-sovremennom-etape-i-perspektivi-razvitiya.html

https://spravochnick.ru/ekonomika_predpriyatiya/puti_povysheniya_pribyli_i_rentabelnosti_predpriyatiya/

<https://beintrend.ru/2011-07-21-18-25-06>

<https://инвест-идеи.рф/2022/05/02/пао-магнит-обзор-результатов-и-оцен/>

Приложения

Средние запасы = (запасы на начало периода + запасы на конец периода)/2

Оборачиваемость запасов, в днях = средние запасы (п. 1 табл. 2) / выручка от продажи (табл. 1, п. 1) * 360

Скорость обращения запасов, в количестве оборотов = 360 / Оборачиваемость запасов, в днях

Среднегодовая стоимость основных средств = (основные средства на начало периода + основные средства на конец периода)/2

Фондоотдача = выручка от продажи (табл. 1, п. 1) / среднегодовая стоимость основных средств (п.4 табл.2)

Среднемесячная заработная плата = фонд заработной платы (п.7 табл.2) / среднесписочная численность работников (п.6 табл.2)/12 (количество месяцев в анализируемом периоде)

Производительность труда = выручка от продажи (табл. 1, п. 1) / среднесписочная численность работников

Производительность труда продавца = выручка от продажи (табл. 1, п. 1) / численность продавцов (п.6а табл.2)

Прибыль на одного работника = чистая прибыль (п. 10 табл. 1) / среднесписочная численность работников (п.6 табл.2)

Выручка на 1 м² торговой площади = выручка от продажи (табл. 1, п. 1) / торговая площадь (п.11 табл.2).