**Содержание**

Введение

Раздел 1. Характеристика предприятия и организационная структура

OOO «Софит Люкс»

1.1. История развития

1.2. Деятельность

1.3. Структура компании

Раздел 2. Анализ обеспечения качества товаров и услуг.

Раздел 3. Особенности торговой деятельности на предприятии.

Раздел 4. Основные аспекты менеджмента на торговом предприятии.

**Введение**

Учебная практика является одним из важнейших элементов системе организационных форм и методов обучения, что обеспечивает высокое качество подготовки специалиста.

Практические навыки играют определяющую роль в профессиональной деятельности любого специалиста. Чем больший опыт накоплен человеком по практическому использо­ванию своих теоретических знаний, тем более эффективна работа такого сотрудника.

Экономическая практика на предприятии является важнейшей составляющей подготовки студента к работе по специальности. Основной целью является закрепление и углубления знаний, полученных во время обучения.

Цель прохождения практики на предприятии:

* узнать основные правила экономических подразделений предприятия, производственной санитарии, охраны труда и техники безопасности;
* уметь анализировать экономические и технические показатели деятельности предприятия;
* уметь правильно оформлять документацию и использовать информацию, которая есть базовой для работы работников экономических подразделений;
* уметь собирать и использовать информацию внешней и внутренней среды предприятия.

Данный отчет состоит из введения, заключения, списка литературы и основной части, которая в свою очередь, состоит из перечня производственных и ознакомительных вопросов, по которым проводилась основная аналитическая работа.

Раздел 1. Характеристика предприятия и организационная структура

ООО «Софит Люкс».

* 1. История развития.

История компании ООО «Софит Люкс» ведёт отсчёт, начиная с 1 декабря 1998 года. За это время мы прошли путь от одного сотрудника до большой компании, коллектив которой насчитывает более пятисот профессионалов в области оптовых , розничных, проектных и дистрибутивных продаж.

Компания ООО «Софит Люкс » - это одна из ведущих компаний, представляющая максимальный ассортимент товаров, необходимых для оборудования как жилых помещений, так и крупнейших торговых центров, аэропортов, стадионов, промышленных предприятий.

Основные направления деятельности:

* Оптовые продажи систем освещения, электропитания, кабельно–проводниковой продукции
* Оптово-розничные продажи декоративного освещения
* Дистрибутивные продажи
* Проектирование и дизайн
* Монтаж и сервис

С 2003 года компания успешно развивает направление розничных продаж в сети магазинов «Светофор", которая за 6 лет успешной работы стала крупнейшей торговой сетью, предлагающей обширный ассортимент декоративного освещения, электрических аксессуаров и кабельно-проводниковой продукции ведущих европейских производителей.

На сегодняшний день компания представляет собой:

* Центральный офис – в г. Киеве
* 21 филиал в Украине
* 1 филиал в г. Кишинёв, Молдавия
* 11 магазинов розничной сети «Светофор», расположенных в 9 городах Украины: **Киев** (3 магазина), **Днепропетровск, Харьков, Одесса, Симферополь, Тернополь, Луцк, Львов, Керчь.**
  1. Деятельность.

Одно из основных направлений деятельности компании «Софит Люкс» - это работа с оптовыми клиентами, которую выполняют специалисты управления региональными продажами.

Управление региональными продажами осуществляет продажи в нескольких направлениях:

* светотехническая продукция и аксессуары
* спец.лампы, автолампы и аксессуары
* кабельно-проводниковая продукция
* электротехническое оборудование
* светотехника, производимая под собственной торговой маркой.

А также обеспечивает присутствие компании во всех уголках нашей страны, а также за ее пределами.

Не менее важным направлением компании является создание светотехнических и электротехнических проектов «под ключ», с нуля до введения объекта в эксплуатацию, что успешно выполняют сотрудники управления проектными продажами.

Управление проектными продажами осуществляет широчайший спектр проектов:

* наружное и уличное освещение
* архитектурное освещение
* освещение торговых помещений
* офисное и декоративное освещение
* промышленное и спортивное освещение
* трансформаторные подстанции
* внешние и внутренние электрические сети

Торговая деятельность Компании осуществляется при активном взаимодействии сотрудников продающих управлений и Управления продвижения, в котором работают продакт – менеджеры, занимающиеся продвижением продукции Компании во все каналы сбыта.

С целью развития собственной розничной сети « Светофор » ООО «Софит Люкс» сотрудничает с более 50 зарубежными партнерами-производителями декоративной светотехники – в основном с итальянскими фабриками, а также с партнерами в Испании, Австрии, Франции и др. странах.

В 2008 году компания начала развивать еще одно направление – дистрибутивные продажи. Деятельность управления дистрибутивными продажами направлена на организацию сбыта продукции сетевым маркетам национального масштаба и специализированным сетевым розничным точкам.

* 1. Структура компании.

2.Анализ обеспечения качества товаров и услуг.

Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции. В современной литературе и практике существуют различные трактовки понятия качество. Международная организация по стандартизации определяет качество как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Формирование качества продукции начинается на стадии ее проектирования. Так, в фазе исследования разрабатывают технические и экономические принципы, создают функциональные образцы (модели). После этого создают основу производственной документации и опытный образец. На стадии конструктивно-технологических работ подготавливают внедрение изделия в производство.

Качество продукции выступает важнейшим составляющим элементом ее конкурентоспособности.

Одним из основных подтверждений качества произведенного товара является наличие сертификата качества. Однако в условиях рынка основным оценочным критерием является субъективные предпочтения и оценки потребителя. Рассматривая качество продукции, как составляющий элемент ее конкурентоспособности, необходимо принимать во внимание те свойства продукции и уровень параметров их определяющий, которые представля­ют интерес для потребителя и обеспечивают удовлетворение его потребностей.

В условиях конкуренции качество продукции должно исследовать­ся, прежде всего, с точки зрения обеспечения конкурентоспособности продукции, и в этой связи производителя должны интересовать, прежде всего, те свойства продукции и уровень параметров, их определяющий, которые представляют интерес для покупателя и обеспечивают удовле­творение его потребностей.

В маркетинговых исследованиях находят применение термин "при­цельное качество", который обозначает тот уровень качественных параметров, который в наибольшей степени соответствует потребностям и  
возможностям потребителей соответствующего сегмента рынка.

Для предприятия ООО «Софит Люкс» качество реализуемой продукции является одним и главных аспектов. Основным критерием отбора поставщиков является соотношение цены и качества продукции. Это доказывает уверенную позицию компании на украинском рынке.

Конкурентоспособность предложения товара на рынке характеризует организационно-коммерческие условия его реализации на рынке, к которым можно отнести способы продвижения продукции на рынке, ус­ловия контракта, каналы сбыта, сервисное обслуживание и т.д. Значи­тельная часть организационно-коммерческих условий фиксируется дого­вором или контрактом купли-продажи товара. В этих документах указываются также обязанности продавца и покупателя по доставке т.д.; сроки поставки товаров; условия платежей; упаковка и маркировка товаров; гарантии продавцов; штрафные санкции и возмещение убытков; страхование; форс-мажорные обстоятель­ства; судебные разбирательства споров и т.д. Так, в контрактах обычно содержится подробное изложение условий платежей.

Система управления качеством продукции включает следующие функции:

1. Функции стратегического, тактического и оперативного управления

2.Функции принятия решений, управляющих воздействий, анализа и учета, информационно-контрольные

3. Функции специализированные и общие для всех стадий жизненного цикла продукции

4. Функции управления по научно-техническим, производственным, экономическим и социальным факторам и условиям.

Система управления качеством продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции.

3. Особенности торговой деятельности предприятия.

Торгово-технологический процесс в оптовой торговле представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является промежуточной стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения.

Структура торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности торгового предприятия, применяемого метода продажи товаров, типа, размера магазина и других факторов.

Товароснабжение — это процесс обеспечения розничных торговых предприятий товарами в необходимом объеме и ассортименте путем реализации организациями комплекса коммерческих, организационно-технологических и юридических операций.

Процесс товароснабжения является составным элементом процесса товародвижения при поставках товаров от производителя к дистрибьютору.

Заказ товаров в ООО «Софит Люкс» осуществляется посредством заявки по телефону или электронной почте, которая отправляется поставщику. После заключения двустороннего договора, в котором оговариваются условия и сроки оплаты, товар транспортом производителя доставляется на склад компании.

Организация приемки товаров в ООО «Софит Люкс» существенно не отличается от ее организации в других магазинах. Приемка товаров осуществляется по количеству и качеству товаров.

Приемка товаров по качеству осуществляется путем осмотра товаров на предмет производственного брака и потери товарного вида. Товар, не принятый по качеству, возвращается поставщику. Проверка товаров по количеству осуществляется путем сравнения количества отгруженного товара с товарно-сопроводительными документами по каждой группе.

После получения (приемки) товаров и проверки специальных документов, их параметры заносятся оператором в базу предприятия, т.е. производится информационная обработка данных о товаре. Документооборотом предприятия занимаются операторы; они несут ответственность за правильность учета поступающих или выбывающих товаров. Эффективность работы предприятия, качество и скорость обслуживания потребителей во многом зависят от рационального размещения товаров на складе. Оно позволяет правильно спланировать покупательские потоки, сократить время на отборку товаров, увеличить пропускную способность склада, уменьшить затраты труда персонала предприятия при пополнении товарных запасов и отгрузке.

При размещении товаров на складе соблюдают правила товарного соседства. За каждой товарной группой следует закреплять постоянную зону размещения. Крупногабаритные товары размещают рядом с выходом из склада. Товары, требующие длительного ознакомления, располагаются в глубине склада, чтобы не создавались помехи движению покупательских потоков. С соблюдением этого принципа размещают и товары, пользующиеся частым спросом.

4. Основные аспекты менеджмента на торговом предприятии.

В настоящее время в управленческой мысли широко распространен процессный подход к управлению, который рассматривает управление как процесс, состоящий из ряда определенных последовательный шагов - функций управления. Все функции управления взаимосвязаны; каждая функция также представляет собой процесс, т.к. состоит из серии взаимосвязанных действий.

Повседневная работа затрагивает целый ряд управленческих функций. Т.е. управление необходимо рассматривать как циклический процесс, состоящий из конкретных видов управленческих работ, называемых функциями управления. В социально- экономических системах понятие “функция” также широко применяется к системе в целом, объекту и субъекту управления, отдельным подсистемам и видам деятельности. Функции занимают особое место в системе менеджмента и играют ключевую роль в ее формировании. Функция как категория менеджмента характеризует существенный вид управленческой деятельности или объективно необходимый вид отношений между людьми как области проявления сущности менеджмента.

Деление единого процесса управления на относительно обособленные, но в то же время неразрывно связанные функции необходимо при описании системы управления как интегрированного процесса, направленного на достижение четко определенной цели.

Функции управляющей системы, т.е. менеджмента как такового, определяет всего несколько основных видов функций:

а) Планирование;

б) Организация;

в) Стимулирование /мотивация/;

г) Контроль.

Планирование - процесс подготовки на перспективу решения о том, что должно быть сделано, как, когда, какие и сколько ресурсов должно быть использовано. Функция планирования отвечает на три вопроса:

* где организация находится в настоящее время;
* куда она хочет двигаться;
* как организация собирается сделать это.

Организация.

Этапы:

1. структурная организация (включает структуру полномочий и структуру коммуникаций;

2. организация процесса производства (включает организацию работы персонала, работы во времени, работы в пространстве).

Мотивация - максимальное удовлетворение потребности работников организации в обмен на их эффективную работу.

Этапы:

1. определение потребности работников;

2. предоставление возможности работнику удовлетворить эти потребности через хорошую работу.

Контроль - процесс обеспечения того, что организация действительно достигла своей цели.

Этапы:

1. установление стандартов;

2. измерение того, что было фактически достигнуто и сравнение достигнутого с намеченными стандартами;

3. определение источников расхождения и действий, необходимых для коррекции планов.

Концепция управленческого процесса применима ко всем типам организаций, поскольку процессный подход определяет лишь основные общие шаги при управлении и предоставляет возможность их использования и выбора содержания в зависимости от условий каждой конкретной фирмы.

Реализация функций и принципов управления осуществляется путем применения различных методов.

Методы управления - это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей.

Слово «метод» - греческого происхождения (в переводе означает способ достижения какой либо цели). Через методы управления реализуется основное содержание управленческой деятельности.

В практике управления, как правило, одновременно применяют различные методы и их сочетания. Так или иначе, но все методы управления органически дополняют друг друга и находятся в постоянном динамическом равновесии.

Направленность методов управления всегда одна и та же - они направлены на людей, осуществляющих различные виды трудовой деятельности – на персонал организаций (предприятий, компаний, фирм).

В системе методов управления организации выделяют:

* Административные методы;
* Экономические методы;
* Социально-психологические методы.

Административные методы являются способом осуществления управленческих воздействий на персонал и базируются на власти, дисциплине и взысканиях.

Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определённой организации и т.п. Эти методы воздействия отличает прямой характер воздействия: любой регламентирующий или административный акт подлежит обязательному исполнению.

Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определённом уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления.

Различают пять основных способов административного воздействия: организационные воздействия, распорядительные воздействия, материальная ответственность и взыскания, дисциплинарная ответственность и взыскания, административная ответственность.

Организационные воздействия основаны на подготовке и утверждении внутренних нормативных документов, регламентирующих деятельность персонала конкретного предприятия.

Распорядительные воздействия направлены на достижение поставленных целей управления, соблюдение внутренних нормативных документов или поддержание системы управления предприятием в заданных параметрах путём прямого административного регулирования. К известным способам распорядительного воздействия следует отнести приказы, распоряжения, указания, инструкции, целевое планирование, нормирование труда, координацию работ и контроль исполнения.

Дисциплинарная ответственность и взыскания применяются в случае нарушения трудового законодательства, когда имеет место дисциплинарный проступок, под которым понимается противоправное неисполнение или ненадлежащее исполнение трудовых обязанностей работником.

Материальная ответственность и взыскания. Материальная ответственность работников выражается в их обязанности возместить ущерб, причинённый виновным действием или бездействию предприятию, на котором они работают.

Экономические методы носят косвенный характер управленческого воздействия. Такими методами осуществляют материальное стимулирование коллективов и отдельных работников; они основаны на использовании экономического механизма.

Хозяйственный расчёт является методом ведения хозяйства, основанным на соизмерении затрат предприятия на производство продукции с результатами хозяйственной деятельности (объём продаж, выручка), полном возмещении расходов на производство за счёт полученных доходов, обеспечении рентабельности производства, экономном расходовании ресурсов и материальной заинтересованности работников в результатах труда.

Оплата труда является основным мотивом трудовой деятельности и денежным измерителем стоимости рабочей силы.

Рыночное ценообразование является регулятором товарно-денежных отношений и важным экономическим инструментом в соизмерении доходов и расходов, цены и себестоимости продукции.

Ценные бумаги являются главным инструментом фондового рынка, неденежным эквивалентом имущественного права на собственность, реализация которого осуществляется путём их предъявления к оплате или продажи.

Социологические методы играют важную роль в управлении персоналом, они позволя­ют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров и обеспе­чить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе. Класси­фикация элементов, регулируемых с помощью социологических методов. Социальное планирование обеспечивает постановку социальных целей и критериев, разработку социальных нормативов (уровень жизни, оплата труда, потребность в жилье, условия труда и др.) и плановых показателей, достижение конечных социальных результа­тов

Социологические методы исследования составляют научный инструментарий в работе с персоналом, они предоставляют необходимые данные для подбора, оценки, расстановки и обучения персонала и позволяют обоснованно принимать кадровые решения. Личностные качества характеризуют внешний образ сотрудника, который достаточно стабильно проявляется в коллективе и является неотъемлемой частью социологии лично­сти.

Партнерство составов важный компонент любой социальной группы и заключается а налаживании разнообразных форм взаимоотношений, на базе которых организуется об­щение людей.

Соревнование является специфической формой общественных отношений и характери­зуется стремлением людей к успеху, первенству, достижениям и самоутверждению.

Общение — это специфическая форма взаимодействия людей на основе непрерывного обмена информацией. Межличностное общение возникает между различными людьми в формах руководитель - подчиненный - сотрудник - друг и других более сложных формах общения нескольких людей.

Переговоры - это специфическая форма человеческого общения, когда две или более сто­рон, имеющие различные цели и задачи, пытаются увязать между собой различные интересы на основе продуманной схемы разговора (диалога) и, как правило, избегают прямого конфликта.

Конфликт – форма столкновения противоборствующих сторон, имеющая свой сюжет, композицию, энергию, которые по ходу действия трансформируются в кульминацию и развязку и заканчиваются положительным или отрицательным решением проблемы.

Психологические методы играют очень важную роль в работе с персоналом, т. к. на­правлены на конкретную личность рабочего или служащего и, как правило, строго персо­нифицированы и индивидуальны. Главной их особенностью является обращение к внут­реннему миру человека, его личности, интеллекту, чувствам, образам и поведению с тем, чтобы направить внутренний потенциал человека на решение конкретных задач предпри­ятия.

Психологическое планирование составляет новое направление в работе с персоналом по формированию эффективного психологического состояния коллектива предприятия. Способы психологического воздействия относят к числу важнейших элементов психо­логических методов управления. Они концентрируют все необходимые и разрешенные за­коном приемы воздействия на людей для координации в процессе совместной трудовой деятельности.

Внушение представляет психологическое целенаправленное воздействие на личность подчиненного со стороны руководителя при помощи его апелляции к групповым ожидани­ям и мотивам побуждения к труду. Убеждение базируется на аргументированном и логическом воздействии на психику человека для достижения поставленных целей, снятия психологических барьеров, устране­ния конфликтов в коллективе.

Подражание является способом воздействия на отдельного работника или социальную группу путем личного примера руководителя или новатора производства, образцы поведе­ния которого являются примером для других.

Вовлечение является психологическим приемом, при помощи которого работники ста­новятся соучастниками трудового или общественного процесса, например выборов руко­водителя, принятия согласованных решений, соревнования в коллективе и др.

Побуждение — позитивная форма морального воздействия на человека, когда под­черкиваются положительные качества работника, его квалификация и опыт, уверенность в успешном выполнении порученной работы, что позволяет повысить моральную значи­мость сотрудника на предприятии.

Компания ООО «Софит Люкс» для продвижения товара использует современную систему трейд-маркетинга, основанную на ведении активных продаж. Трейд-маркетинга требует специальных знаний приемов продаж, поэтому руководство ООО «Софит Люкс» уделяет большое внимание подготовке персонала.

Оперативный учет представляет собой концентрацию и анализ информации, отражающей выполнение хозяйственных различных операций предприятия. Данные оперативного учета используются для повседневного текущего руководства и управления предприятием. Оперативный учет и контроль над выручкой и прибылью осуществляется на основе первичных бухгалтерских документов.

Бухгалтерский учет и все записи о хозяйственных операциях ведутся с использованием программы 1:С Бухгалтерия 8.0. По данным синтетического и аналитического учета прибыли и убытков составляется квартальная и годовая отчетность о финансовых результатах и их использование – форма №2 « Отчет о прибылях и убытках».

**Заключение**

В заключении можно сделать вывод, что ООО «Софит Люкс» продолжает развиваться, превращаясь в стабильную и эффективную организацию, способную конкурировать на украинском рынке, ориентированную на требования клиентов и высокое качество продукции. За все время работы торговое предприятие ООО «Софит Люкс» зарекомендовало себя как надежный партнер, стабильная в финансовом отношении фирма.

В условиях современного бизнеса конкурентоспособность любого предприятия, вне зависимости от его размеров, зависит в первую очередь от качества его продукции и соизмеримости ее цены с предлагаемым качеством. Высокое качество продукции, удовлетворяющее ожиданиям потребителя, является важным фактором принятия решений в пользу покупки именно данного товара или услуги.

В заключении можно сделать вывод, что у данного торгового предприятия, как и любого другого, есть как внутренние (текучесть кадров), так и внешние проблемы (конкуренция, административные барьеры). Поэтому для обеспечения более эффективной работы предприятия и получения более высокой прибыли необходимо:

1) добиться повышения квалификации персонала;

2) снизить текучесть кадров;

3) более чётко организовать работу склада предприятия;

4) ввести в ассортимент новые товарные группы;

5) расширить рынки сбыта продукции, большее внимание, уделяя рынку области;

6) пересмотреть ценовую политику.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методичес-кое пособие. - М.: «Финансы и статистика». 1997. –248 с.
2. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. // Финансы и статистика, 1998 г.
3. Панкратов Ф.Г., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для высших торгово-экономических учебных заведений. – М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1994
4. Планирование на предприятии. – М.: ИД «Филинъ», 2000 г. Горемыкин В.А., Бугулов Э.Р., Богомолов А.Ю.
5. Ильин А.И., Синица Л.М. Планирование на предприятии. / Мн.: ООО «Новое знание», 2000 г.
6. Литвин М. И. Финансовый менеджмент. Журнал 6.2003. Издательство «Финпресс», 2003 г.
7. Павлова Л. Н. Финансы предприятий: Учебник для вузов. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1999 г.
8. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. Пособие для вузов / Т. Г. Морозова, А. В. Пикулькин, В. Ф. Тихонов и др.; Под ред. Т. Г. Морозовой, А. В. Пикулькина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001 г.
9. Солнцев И. В. Финансовый менеджмент. Журнал 3.2003. Издательство «Финпресс», 2003 г.
10. Финансы предприятий. Учебное пособие / Е. И. Бородина, Ю. С. Голикова, Н. В. Колчина, З. М. Смирнова; Под ред. Е. И. Бородиной – М.: банки и биржи, ЮНИТИ, 2000. – 208 с.
11. Фомин П. А. Финансы и кредит. Журнал 5(119). 2003. – 107 с.
12. Целых А. Финансовый менеджмент. Журнал 1.2004. Издательство «Финпресс», 2004 г.
13. Экономика предприятия: Учебник / под ред. Проф. Волкова О.И. – М.: «ИНФРА-М», 1998 г.