

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ФТЦ ООО «НОРД-СЕРВИС».....	4
2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
3. ЛЮДИ И УСЛОВИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА РАБОЧЕЙ СИЛЫ.....	11
3.1 Психологический климат в коллективе	11
3.2 Уровень образованности персонала	13
4. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	17
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	19
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	20

1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ФТЦ ООО «Норд-Сервис»

ООО «Норд-Сервис») – филиал торгового центра общества с ограниченной ответственностью «Норд-Сервис» (именуемый далее ФТЦ ООО «Норд-Сервис»), предоставляющего возможность большого выбора бытовой техники, по доступным ценам с последующим гарантийным и послегарантийным обслуживанием.

При прохождении преддипломной практики на ФТЦ ООО «Норд-Сервис» была изучена организационная структура управления (рис. 1).

Под структурой управления организацией понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого.

Структура ФТЦ ООО «Норд-Сервис» направлена на дальнейшее совершенствование управления предприятием за счет более эффективного распределения функциональных полномочий среди основных звеньев управления и носит ярко выраженный линейно-функциональный характер построения. Для эффективного управления, учета, контроля и анализа выделены внутренние подразделения.

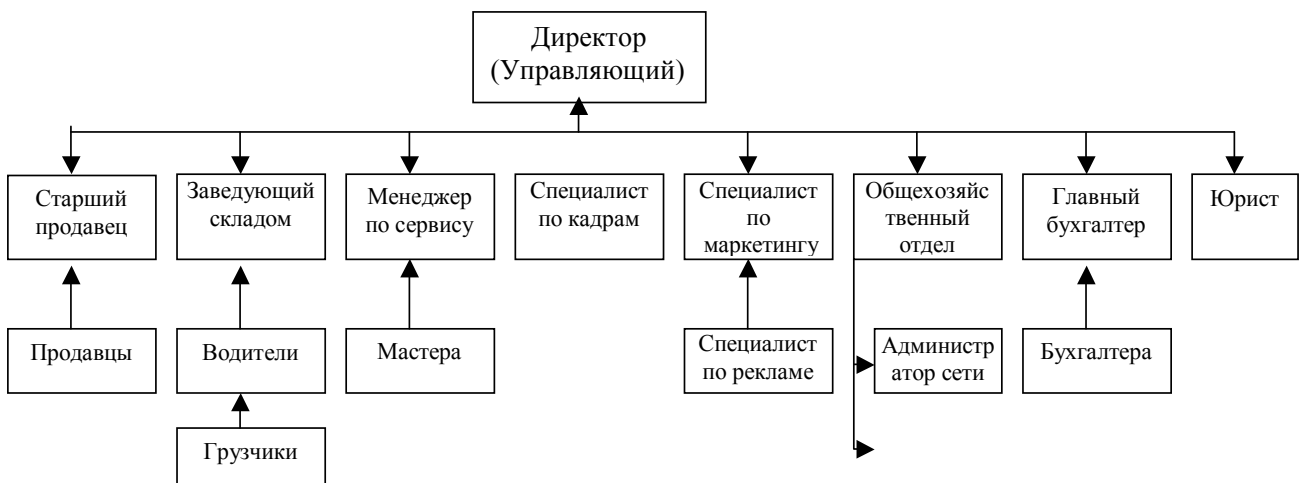


Рисунок 1 – Структура управления ФТЦ ООО «Норд-Сервис»

2. МАРКЕТИНГОВЫЕ

ИССЛЕДОВАНИЯ

В городе находятся много работающих крупных промышленных предприятий, магазинов и фирм, где трудятся большинство горожан. Соответственно все эти люди, получая заработную плату, тратят её на оплату коммунальных услуг, питание, одежду и предметы бытового назначения - бытовая техника (утюги, чайники, телевизоры, стиральные машинки, холодильники и др.). Каждому человеку в быту необходимы и холодильник, и телевизор, и утюг и каждый старается приобрести, создавая максимальный комфорт и уют, такие товары приобретаются не каждый день и на длительный срок

Руководствуясь вышеизложенным, можно сделать вывод о том, что каждый человек, живущий в городе или в близлежащих населенных пунктах, является потенциальным покупателем. Задачей маркетингового исследования является изучение условий того, как потенциальный покупатель может стать реальным. Предлагаемая предприятием продукция пользуется большим спросом у населения. Спрос на продукцию является сезонным как в масштабах месяца, так и года – это отражено в динамике продаж на рисунке 2.

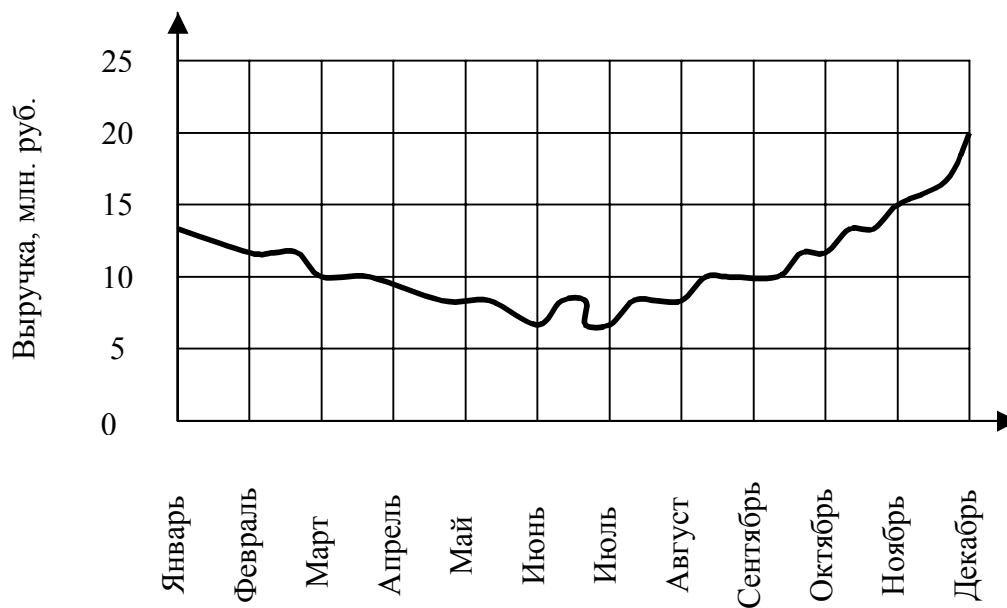


Рисунок 2- Динамика продаж

В сложных конкурентных условиях проблемы поиска и обмена информацией выходит на первый план. Что заставляет ФТЦ ООО «Норд-Сервис» не отставать от тенденций технического развития общества и пользоваться всеми средствами передачи информации – телефон, факс, электронная почта. Таким образом, магазин имеет свою локальную внутреннюю сеть и выход в глобальную сеть Интернет, а также свою страницу в Интернете. Связь с Интернет – это быстрый обмен информацией, с целью контроля и координирования деятельности филиала головным предприятием, своевременное изучение всех тенденций рынка сбыта и рынка поставщиков, получение оперативной информации о технических характеристиках того или иного изделия и правилах пользования им.

Мировой рынок бытовой техники богат разнообразными производителями. ФТЦ ООО «Норд-Сервис» постоянно анализирует рынок поставщиков, с целью выявления наилучших условий сотрудничества с той или иной компанией. При анализе потенциальных поставщиков используются такие показатели как:

- имидж фирмы;
- сравнительный ценовой диапазон одной категории товара;
- предлагаемые условия сотрудничества;
- наличие конкурентов в данном ценовом диапазоне;
- изучение рынка сбыта.

На сегодняшний день ФТЦ ООО «Норд-Сервис» в основном сотрудничает со следующими кампаниями:

1 SAMSUNG ELECTRONICS - была основана корейским предпринимателем Ли Бйонг Чхулем в 1938 году и на первых порах являлась небольшим семейным бизнесом по торговле... рисом. На российском рынке Samsung Electronics — одна из самых известных компаний. Несмотря на постоянно нарастающую маркетинговую активность, Samsung Electronics, как и прежде, остается компанией производящей. Американские и европейские компании все чаще переносят свои производства в страны Юго-Восточной Азии. Тем временем Samsung одновременно с запуском производственных мощностей в Китае открывает к тому же заводы и в странах Европы.

работу по сбору и анализу информации об экономической ситуации в России, о ценах у конкурентов, об ассортименте товара, продаваемого конкурентами и о многом другом. После анализа собранной информации рассчитывается цена, исходя из своих затрат и ожидаемой прибыли, но главное, чтобы она была ниже, или приравнивалась к ценам конкурентов. Все это представлено на рисунке 4.

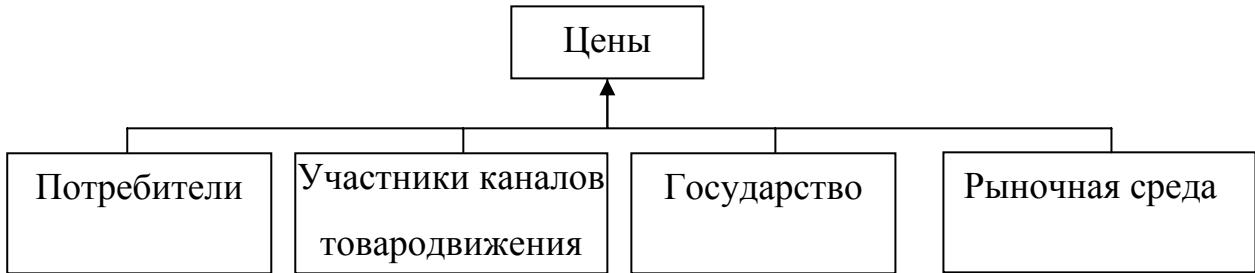


Рисунок 4 – Ценовая зависимость

Потребители формируют платежеспособный спрос, как отражение потребности людей в том или ином товаре, подкрепленных доходом (покупательной способностью). Для формирования спроса необходимо уметь воздействовать на потребителей так, чтобы создать у них потребность в данном товаре, сделать так, чтобы у них возникло желание его купить именно в ФТЦ ООО «Норд-Сервис». При определении цены на товар фирма использует затратный метод. Суть этого метода в том, что к подсчитанным издержкам добавляется какой-нибудь фиксированный процент прибыли. Предприятие нацелено на увеличение сбыта, достижение определенной доли рынка, поэтому при определении цен на товары оно пользуется стратегией преимущественной цены.

Способность умело строить деловые отношения, регулировать психологический климат - одни из главных признаков профессиональной подготовки менеджеров.

На 2007 год сокращение работников не планируется. Но нехватка средств (в основном денежных) предусматривает некоторые проблемы по сбыту продукции, а также по оплате труда работникам.

Профессионально – квалификационный уровень персонала ФТЦ ООО «Норд-Сервис» следующий:

Директор – руководит всеми видами деятельности предприятия. Организует работу и эффективное взаимодействие продавцов и других структурных подразделений фирмы направляет их деятельность на достижение высоких темпов развития предприятия; повышение производительности труда; научной организации труда. Принимает меры по обеспечению предприятия квалифицированными кадрами, по наилучшему использованию знаний и опыта работников, созданию безопасных и благоприятных условий для их труда. Директор должен знать: постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные материалы вышестоящих органов, касающиеся деятельности предприятия; профиль, специализацию и особенности структуры предприятия; методы хозяйствования и управления предприятием.

Квалификационный уровень: высшее образование и стаж работы на руководящих должностях не менее 3 лет.

Главный бухгалтер – обеспечивает рациональную организацию учета и отчетности на предприятии на основе прогрессивных форм и методов бухгалтерского учета и контроля. Организует также расчеты по зарплате с работниками предприятия, правильное начисление и перечисление платежей в государственный бюджет. Принимает меры по предупреждению недостатков, незаконного расходования денежных средств и сохранности товарно-материальных ценностей, нарушений налогового законодательства. Обеспечивает своевременное составление бухгалтерской отчетности на основе данных первичных документов и бухгалтерских записей. Руководит работниками бухгалтерии предприятия. Главный бухгалтер должен знать: постановления, распоряжения, приказы вышестоящих органов, методические, нормативные и

Квалификационные требования: высшее образование и стаж работы по организации управления кадрами на инженерно-технических и руководящих должностях не менее 3 лет.

Заведующий складом – обеспечивает сохранность складировемых товарно-материальных ценностей, соблюдение режимов хранения, ведет учет складских операций. Следит за наличием и исправностью противопожарных средств, состоянием оборудования и инвентаря, обеспечивает их своевременный ремонт. Организует проведение погрузочно-разгрузочных работ на складе с соблюдением правил охраны труда техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, сбор, хранение и своевременный возврат погрузочного реквизита. Он должен знать: нормативные документы по организации складского хозяйства; стандарты и технические условия на товарно-материальные ценности; виды, размеры, марки, сортность и другие качественные характеристики товарно-материальных ценностей и нормы их расхода; организацию погрузочно-разгрузочных работ, положения и инструкции по учету ценностей.

Квалификационные требования: среднее специальное образование и стаж работы по учету не менее 1 года или общее среднее образование и стаж работы по учету и контролю не менее 3-х лет.

По данным таблицы видно, что товарооборот увеличился на 82,41 тыс. руб., а издержки обращения снизились на 208,73 тыс. руб. это привело к увеличению прибыли на 291,14 тыс. руб. Стоимость основных фондов увеличилась в 2006 году, по сравнению с 2004 годом, на 500 тыс. руб. Среднесписочная численность персонала увеличилась на 6 человек, а производительность труда снизилась на 418,12 тыс. руб. Фондоотдача в 2006 году снизилась на 0,87 руб., а фондоемкость осталась неизменной. ФТЦ ООО «Норд-Сервис» увеличило рентабельность продукции на 1,40 %, а рентабельность продаж на 0,91 % за счет увеличения товарооборота.

Следовательно необходимо так распределить обязанности работников, чтобы они не мешали друг другу работать. Это будет способствовать увеличению производительности.

Список использованных источников

1. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия.-М.:Дело и Сервис,2005. – 342 с.
2. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. – 4 – е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 416 с.
3. Браймер Р.А. Основы управления /Пер. с англ.-М.:Аспект Пресс, 2005. – 521 с.
4. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятий.- СПб.: Изд-во СПбУ-ЭФ,2006.-206с.
5. Крейнина М. Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле. – М.: АО «ДИС», «МВ-Центр», 2005. – 256 с.
6. Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьякова В. Г. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Н. П. Любушина. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 471с.
7. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: Учебник / Под ред. Финансы и статистика, 2005.- 440с.
8. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 5 – е изд. / Г. В. Савицкая. – Минск: ООО «Новое знание», 2004. – 688с.
9. Управление организацией: Учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – 2 – е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА – М, 2001. – 669с.