Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Челябинский государственный университет»

Факультет управления

Кафедра менеджмента

Отчет

по ознакомительной практике

Организация управления на предприятии торговли

Выполнил:

Афонин А.В.

Челябинск

2009

Оглавление

Введение

1. Общая характеристика базы практики

2. Организация управления

3. Организация производственного и технологического процесса

4. Потребители продукции

5. Количественный и качественный состав работающих в организации

6. Система оплаты и мотивация

7. Информационное и организационное обеспечение организации

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Характерным для менеджмента наших дней является следующее. Современное развитие практики менеджмента показало, что успех любой компании определяется отнюдь не рациональной организацией производства продукции, снижением издержек, развитием специализации (иначе говоря – воздействием управления на внутренние факторы производства), а всемерным использованием гибкости и приспособления к постоянным изменениям внешней среды. В рамках внешней среды – социальные факторы и условия, которые предопределяют многие стратегически важные решения, принимаемые фирмой. Ключевая роль здесь принадлежит экономическим, политическим, правовым, социально-культурным, экологическим, технологическим и прочим обстоятельствам. Внешние факторы во всевозрастающей степени диктуют стратегию и тактику организаций.

Все большую роль приобретают теории, которые трактуют единство составных частей производства, тесно связанных с внешним миром. Предприятие рассматривается как открытая система, которой присущ ряд особенностей: наличие определенного числа компонентов; структурная связь и взаимовлияние различных компонентов системы друг на друга и как следствие – возникновение новых явлений, обновленных процессов. В соответствии с современными принципами менеджмента признание социальной ответственности менеджмента как перед обществом в целом, так и перед работниками организации выступает на первый план. Характерным является формирование новых отношений между организацией и работающими в ней людьми. Менеджмент нацелен на человека, на то, чтобы побуждать людей к результативным совместным действиям. Формирование единой команды, где каждый четко знает свое место, где правильно организованы взаимодействие и взаимопомощь, – одна из задач менеджера. Каждая организация, функционирующая в рыночной среде, обязана самостоятельно решать вопросы не только внутренней организации, но и всей совокупности связей с внешней средой. Социальная ориентация организаций означает, что наряду с экономической функцией она выполняет и общественную роль. Последняя может рассматриваться в двух аспектах: с точки зрения ориентации на потребителя и его запросы, т.е. удовлетворения потребностей общества в товарах и услугах, производимых предприятием, а также с позиций решения важнейших социальных проблем трудовых коллективов и среды обитания организаций.

1. Общая характеристика на базе практики

С целью закрепления и расширения теоретических и практических знаний, приобретения более глубоких практических навыков по специальности проведена практика в ООО «Техномаркет ЛОГО» с «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2009г. по «\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_ 2009г. В процессе прохождения практики изучена деятельность магазина, проведен анализ важнейших показателей деятельности на основании изучения таких основных источников, как бизнес-план предприятия, хозяйственные договора, бухгалтерская отчетность и др.

ООО «Техномаркет ЛОГО» основан в 1998г. и имеет более чем 10-летний опыт продажи бытовой техники и электроники. В ассортименте выпускаемой продукции предприятия более 1000 наименований продукции.

Открытое акционерное общество действует на основании Гражданского Кодекса Российской Федерации, Федерального закона «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995г. №208-ФЗ и иных нормативных актов Российской Федерации, а также учредительным договором о создании общества и Уставом.

Основным видом деятельности является розничная продажа бытовой техники. Общество обладает правами юридического лица с момента его государственной регистрации в установленном порядке, имеет расчетный и иные счета в учреждениях банков, печать и штамп со своим наименованием и указанием местонахождения Общества, бланки установленного образца, товарный знак. Штат предприятия составляет 76 человек. Из них 34 человека – продавцы-консультанты, 15 – кассиров, а остальные – работники управления и обслуживающий персонал.

Органами управления общества являются: общее собрание акционеров, Совет директоров Общества. Руководство деятельностью Общества осуществляется единоличным исполнительным органом Общества – Генеральным директором. Органом контроля за финансово-хозяйственной деятельностью предприятия является ревизионная комиссия, которая создается по решению общего собрания акционеров, принятому большинством голосов.

В сегодняшней обстановке всеобщей конкуренции от руководства ООО «Техномаркет ЛОГО» требуется, чтобы их организация работала как можно эффективнее, чем ее конкуренты. Для проведения анализа эффективности управления предприятием изучены основные функции органов управления: планирование, учет, контроль, анализ, регулирование, стимулирование. Чтобы принять управленческое решение руководитель должен располагать соответствующей информацией, аналитически обработанной. Необходимо оценить выполнение плана.

Воздействие, которое руководители могут оказать на эффективность продаж, наиболее четко проявляется в двух областях управления: людскими ресурсами и непосредственными операциями. Выбран вариант внутреннего роста путем расширения ассортимента продукции в базовой отрасли при использовании существующих технологий. Оценка стратегического плана показала, что данная стратегия является лучшим способом применения ресурсов магазина. Предприятие поставило своей целью на 2010г. увеличение объемов реализации. При этом анализ внешней среды показал, что препятствовать достижению данной цели могут такие факторы, как: инфляция, повышение налоговых и тарифных ставок.

Конкретная ответственность за общее руководство трудовыми ресурсами в ООО «Техномаркет ЛОГО» возложено на профессионально подготовленных работников отдела кадров. Для того, чтобы эти специалисты могли активно содействовать реализации целей предприятия, они используют не только знания и компетенцию в своей конкретной области, но и регулярно осведомляются о нуждах руководителей низшего звена.

При планировании людских ресурсов проводится прогнозирование численности персонала, необходимого для реализации краткосрочных и перспективных целей. На предприятии не используется нормирование труда, заключающееся в определении времени, требующегося для выполнения той или иной работы. На предприятии существует необходимый резерв кандидатов на должности и специальности. При этом учитываются такие факторы, как выход на пенсию, текучесть, увольнение в связи с истечением срока договора найма, расширение сферы деятельности предприятия.

Отдел кадров ООО «Техномаркет ЛОГО» разрабатывает структуру заработной платы работников предприятия. Учитываются условия на рынке труда, производительность и прибыльность предприятия. Среднемесячная зарплата на одного работника составляет 9000 рублей. На предприятии используется система оплаты труда согласно оклада. Помимо заработной платы предприятие предоставляет своим работникам различные дополнительные льготы: оплаченные отпуска, больничные листы, пенсионное обеспечение. Кроме того, выдаются ссуды с пониженной процентной ставкой, предоставляются юридические услуги. К праздникам выплачиваются единовременные поощрения или делаются подарки. Также выплачиваются денежные пособия на погребение (в размере 10 минимальных оплат труда), на рождение ребенка и материнскую помощь (в размере 15 минимальных оплат труда).

2. Организация управления

ООО – общество с ограниченной ответственностью Данная форма имеет большое распространение в национальном бизнесе. Учредители предприятия вносят коллективный взнос в уставной фонд и соответственно определяют долю прибыли для каждого учредителя. Цель организационной структуры состоит в том, чтобы обеспечить достижение стоящих перед организацией задач. Согласно классической теории организации, с выводами которой по данному вопросу согласно большинство менеджеров, структура организации должна разрабатываться сверху вниз.

Вначале руководители должны осуществить разделение организации на широкие сферы, затем поставить конкретные задачи - подобно тому, как в планировании сначала формулируются общие задачи, а потом составить конкретные правила.

Штат предприятия составляет 76 человек. Из них 34 человека – продавцы-консультанты, 15 – кассиров, а остальные – работники управления и обслуживающий персонал.

Установлено соотношение полномочий различных должностей. При этом руководство устанавливает цель команд и производит дальнейшее деление на более мелкие организационные подразделения, чтобы более эффективно использовать специализацию и избежать перегрузки руководства.

Определены должностные обязанности как совокупность определённых задач и функций и поручено их выполнение конкретным лицам. В некоторых случаях, связанных с производственной необходимостью, руководство разрабатывает конкретные задачи и закрепляет их за непосредственными исполнителями, которые и несут ответственность за их удовлетворительное выполнение.

Во всех отделах ООО Техномаркет ЛОГО разработаны положения, в которых определены взаимоотношения подразделений друг с другом.

Поскольку организационные структуры основываются на планах, то существенные изменения в планах могут потребовать соответствующих изменений в структуре. В настоящее время успешно функционирующие организации регулярно оценивают степень адекватности своих организационных структур и изменяют их так, как этого требуют условия.

Построенная структура управления создает предпосылки высокой оперативности управления, взаимосогласованной работы всех структурных подразделений предприятия.

В 2010 году планируется провести реструктуризацию предприятия и создание внутренней организационной структуры управления, позволяющей:

- с меньшими затратами продавать продукцию, способную привлечь максимальное поставщиков;

- применять усовершенствованные условия мотивации труда;

- создать условия для привлечения новых покупателей.

Проведение вышеуказанной работы будет сопровождаться, в первую очередь, совершенствованием управленческой структуры и механизма взаимоотношений между подразделениями.

3. Организация работы предприятия и реализации товаров

ООО «Техномаркет ЛОГО» осуществляет розничную продажу бытовой техники, а также предоставляет широкий спектр дополнительных услуг.

В пределах города предусмотрена бесплатная доставка компьютеров и крупной бытовой техники: кондиционеров, холодильников, морозильных камер, стиральных или посудомоечных машин, кухонных плит, водонагревателей, телевизоров, встраиваемой техники для кухни (вытяжка, рабочая поверхность, духовой шкаф).

Возможна также доставка товара в любую точку Увельского района. Такая услуга оплачивается согласно установленным тарифам. Товар, которого в настоящий момент нет в наличии, можно заказать. Услуга предусматривает возможность выбрать модель техники, отвечающую самым изысканным запросам, через каталог. Сориентироваться в ассортименте каталога и оформить заказ помогут продавцы-консультанты.

Мастера ООО «Техномаркет ЛОГО» осуществляют подключение сложных видов бытовой техники: стиральные машины, встраиваемая кухонная техника, водонагреватели, кондиционеры. В ООО «Техномаркет ЛОГО» можно заказать подключение любого вида техники.

Однако специальным предложением от ООО «Техномаркет ЛОГО» является бесплатное стандартное подключение стиральных машин. Услуга включает в себя удаление транспортировочных креплений, установку технологических заглушек, ввод в эксплуатацию, обучение правилам пользования. Подключение производится к существующим выводам. При одноразовой покупке на сумму от 2000руб. клиент получает пластиковую карточку, которая позволяет сделать любую следующую покупку в магазинах компании со скидкой в размере 10%. Карты не являются именными, ими могут пользоваться родственники, друзья, знакомые владельца. Суммы всех покупок учитываются. Со временем постепенное увеличение суммы покупок на карточке дает возможность владельцу сменить свою карту на другую, с более высоким процентом скидки.

Подарочная карта – это пластиковая номерная карта определенного номинала, которая дает право ее обладателю приобрести любой товар в магазине ЛОГО на сумму, эквивалентную номиналу карты.

В ЛОГО Вы можете приобрести подарочную карту для близких, друзей, коллег по работе. Так как подарочная карта не является именной, она может свободно передаваться и использоваться любым лицом, ее предъявляющим.

Все товары доступны для покупки в розничной сети ЛОГО и в Интернет-магазине. С полным перечнем товаров и текущими ценами можно ознакомиться в прайс-листе.

Покупатели имеют возможность быстро оформить кредит на покупку товара прямо в магазине. ЛОГО сотрудничает со следующими банками: Хоум Кредит, РусФинанс, Русский Стандарт и другими банками.

В магазине присутствует 3 оператора, предоставляющих потребительские кредиты по самым гибким и выгодным условиям. Сама процедура оформления займет минимум времени, потому что предприятие подобрало только лучшие банки, которые отвечают самым взыскательным потребностям покупателей.

4. Потребители продукции

Потребители бытовой техники это в основном жители г. Южноуральска и Увельского района. Уровень дохода различен и различны функциональные потребности в отношении техники (холодильники, стиральные машины, компьютеры, телевизоры и т.д.).

Семейное положение данных потребителей также различно – домашние компьютеры покупают обычно для детей и работе в Интернет, профессиональные компьютеры - приобретают люди, работающие с графическими программами (средний возраст 26-35 лет), офисные компьютеры не имеют определенного возраста для потребителя; телевизоры, холодильники – для всех членов семьи; швейные машины, утюги – в основном для женского пола и т.д.

Половой признак для приобретения бытовой техники в настоящее время не имеет особого значения, так как она является неотъемлемой частью в любой семье. Стиль жизни потребителя техники различен (школьники, студенты, домохозяйки, работники офисов и фирм, индивидуальные предприниматели и т.д.). Таким образом, потребительские сегменты в отношении товаров ООО Техномаркет ЛОГО характеризуются в целом такими основными группами. Во-первых это сегмент домашних хозяйств, на втором месте фирмы, офисы и предприниматели, на третьем месте узкие профессионалы.

5. Количественный и качественный состав работающих в организации

Штат предприятия составляет 76 человек. Из них 34 человека – продавцы-консультанты, 15 – кассиров, а остальные – работники управления и обслуживающий персонал.

Имеет место высокая квалификация специалистов, что означает высококлассное обслуживание клиентов.

6. Система оплаты и мотивация

Отдел кадров ООО «Техномаркет ЛОГО» разрабатывает структуру заработной платы работников предприятия. Учитываются условия на рынке труда, производительность и прибыльность предприятия. Среднемесячная зарплата на одного работника составляет около 9000 рублей. На предприятии используется система оплаты труда согласно оклада. Помимо заработной платы предприятие предоставляет своим работникам различные дополнительные льготы: оплаченные отпуска, больничные листы, пенсионное обеспечение. Кроме того, выдаются ссуды с пониженной процентной ставкой, предоставляются юридические услуги. К праздникам выплачиваются единовременные поощрения или делаются подарки. Также выплачиваются денежные пособия на погребение (в размере 10 минимальных оплат труда), на рождение ребенка и материнскую помощь (в размере 15 минимальных оплат труда).

7. Информационное и организационное обеспечение организации

Информационное обеспечение

В своей работе персонал ООО Техномаркет ЛОГО использует:

- отраслевые справочно-информационные издания, каталоги;

- прайс-листы фирм поставщиков и конкурентов;

-периодические издания;

-документы электронных изданий и Интернет ресурсы;

-отчеты, выборки собственного программного учета.

Организационное обеспечение

Каждый работник имеет доступ к телефонной сети предприятия, факсу, персональным компьютерам локальной сети, установленных на рабочих местах службы. При работе вне офиса сотрудники используют личный транспорт по договору с администрацией, а также транспорт предприятия в соответствии с утвержденным порядком.

Заключение

Таким образом, рассмотренное в работе предприятие относится к сети супермаркетов бытовой и электроники. Данное предприятие имеет базовые направления деятельности, связанные с розничной продажей техники и электроники. Предприятие активно позиционирует себя на рынке, проводит различные акции, активизирует продажи, темп продаж высокий, потенциальный спрос клиентов удовлетворяется, прибыль от реализации товаров и услуг динамически растет. В магазине ЛОГО есть предложения для покупателей всех категорий. Максимальный ассортимент содержит товары практически для любого набора требований. Предприятие рассчитывает и в условиях финансового кризиса сохранить свои высокие конкурентные позиции на рынке данных товаров и услуг благодаря высоким стандартам качества, которые имеют соответствующую сертификацию.

Список используемой литературы

1. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – М.: Экономика, 2007.
2. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учебник. Мн.: Вышейшая школа, 2007.
3. Маркетинг: стратегии, планы, структуры./ Е.П. Голубков - М., «Дело» , 2007.
4. Современный маркетинг/ под. ред. В.Е. Хруцкого - М., Финансы и статистика – 2005.