

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный университет»

Институт экономики управления

Кафедра экономики предприятия и менеджмента

Отчет
по производственной практике (практике по получению
профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности (в том числе
технологической практике)

Направление подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Магистерская программа
Стратегическое и корпоративное управление

Квалификация (степень)
Магистр

Форма обучения очная

Обучающийся:
Воронцова Кристина Сергеевна

Руководитель:
Волков Павел Александрович

Тверь 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организационно-экономическая характеристика организации	3
2. Производственно-технологическая структура организации	12
3. Технологии организации основных рабочих мест	14
4. Характеристика основного рабочего места магистранта.....	16
5. Кадровое, информационное обеспечение деятельности организации	20
6. Обобщение и подведение итогов. Выводы.	23
7. Библиографический список	25
Приложения.....	27

1. Организационно-экономическая характеристика организации

ООО «Пазл» образовано на основе частной собственности является юридическим лицом Российской Федерации и осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством. Оно имеет в собственности обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, на которое по действующему законодательству может быть обращено взыскание.

В сентябре 2010 года компания «Пазл» открыла свой мебельный магазин в г. Твери. ООО «Пазл» осуществляет бухгалтерский учет результатов своей деятельности, ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность и предоставляет ее соответствующим государственным органам в соответствии с действующим законодательством.

Деятельность фирмы реализуется совокупностью действующих законодательных и подзаконных актов регулирующих функциональную реорганизационную и ликвидационную деятельность, а также Уставом организации и иными локальными актами фирмы к которым относятся Коллективный договор и положение о персонале организации.

Соответствующие службы исследуемой организации постоянно работают над изучением спроса для наиболее полного удовлетворения населения ассортиментом реализуемой продукции.

Магазин «Пазл» находится по адресу:

1) г. Тверь, проспект Чайковского 44, кор.3.

Общая площадь магазина составляет 94 кв.м. в том числе:

Торговая площадь – 70 кв.м.

Площадь контрольно-кассового узла – 2 кв.м.

Площадь административно-бытового назначения – 4 кв.м.

Складские помещения – 18 кв.м.

Режим работы: с 10.00 до 20.00 без выходных. В компании работают 10 человек в том числе:

Основными конкурентами предприятия «Пазл» можно считать:

- «Формула мебели»
- «Мебельное ассорти»
- «Deloff»

Предприятие «Пазл» обладает конкурентными преимуществами: 1) минимальные сроки производства, от заключения договора до его исполнения; 2) наличие складской программы; 3) гарантийное обслуживание в течение 2 лет и качество установочных работ.

Магазин «Пазл» состоит из двух залов: в первом зале размещены гостиные, мягкая мебель и кухни; во втором – офисная и детская мебель, а также мебель для прихожей.

ООО «Пазл» занимается розничной торговлей офисной и домашней мебели.

Компания реализует следующие группы товаров:

- кресла и стулья;
- мягкую мебель;
- шкафы-купе;
- мебель для гостиной;
- мебель для детской;
- мебель для прихожей;
- мебель для спальни;
- офисную мебель.

А также изготовление кухонь, шкафов и прочей корпусной мебели на заказ по размерам клиента. Каждая из групп включает в себя широкий видовой ассортимент. Партнерами магазина стали ведущие Отечественные производители корпусной и мягкой мебели для офиса и дома. Такие как:

- «Боровичи»,
- «SV-mebel»,
- «Циркон»,
- «Веста мебель»,
- «УЮТ-сервис»,
- «Лером»,

- «Е1»,
- «Мадейра-Сид»,
- «Аскона» и многие другие.

Выбор данных поставщиков обусловлен оптимальным соотношением цены и качества продукции. Компания напрямую осуществляет сотрудничество с перечисленными фирмами, что гарантирует самые низкие цены по сравнению с другими мебельными магазинами города. На всю продукцию компания предоставляет гарантию на два года, в течение которой покупатель может обменять товар.

Все поставляемые мебельные товары имеют Декларацию о Соответствии, где указано что мебельная продукция соответствует требованиям ГОСТ 19917-3 п.2.2.15. и ГОСТ 16371-93 пп.2.2.29 2.2.30; ГОСТ 19917-3 п.2.2.15. и Сертификат Соответствия в котором указано что продукция соответствует требованиям нормативных документов, т.е. ГОСТ 19917-93 пп.2.2.15 3.5.

Товарная политика предприятия включает в себя наличие необходимого в соответствии с рыночной ситуацией ассортимента мебели, как по глубине, так и по широте охвата наиболее востребованных рынком ассортиментных позиций.

Данные о выручке компании в разрезе групп приведены в приложении А. На их основании была построена диаграмма по структуре выручке ООО «Пазл» за 2014-2016 годы, изображена на рисунке 1.

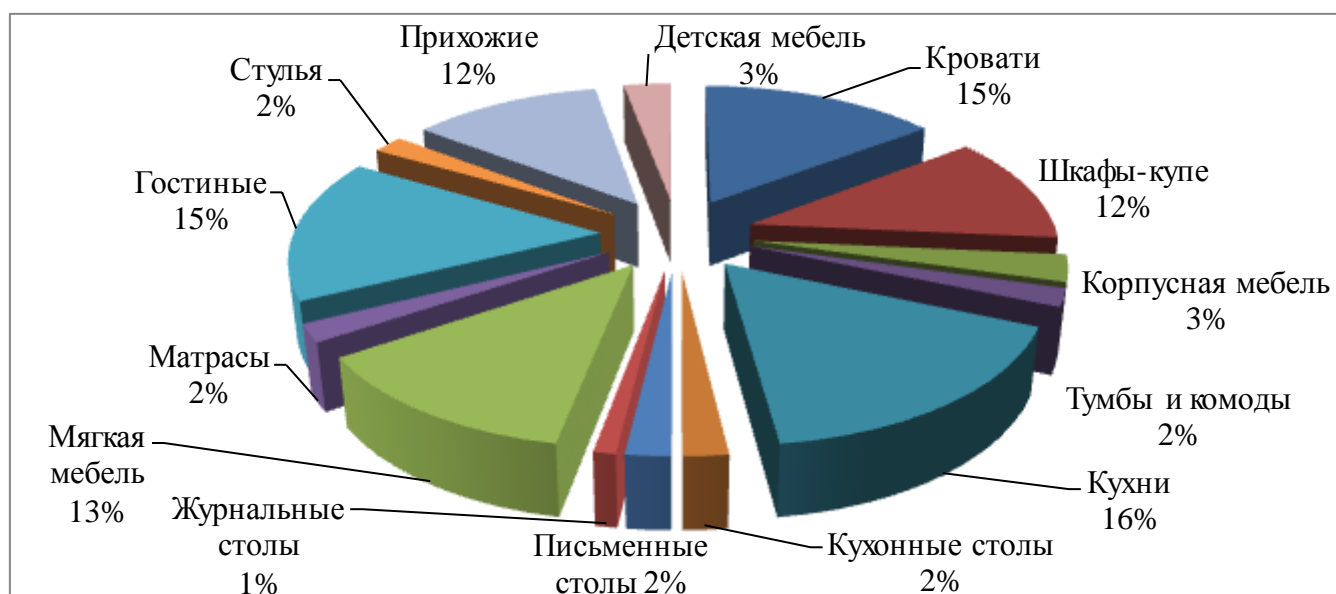


Рисунок 1 — Структура выручки ООО «Пазл», 2014-2016 гг., в %

Источник: составлено автором

Исходя из диаграммы видно, что основную выручку компании приносят следующие группы товаров: кухни (16%); гостиные (15%); кровати (15%), мягкая мебель (13%), шкафы-купе (12%) и прихожие (12%). Рассматривая ассортимент продукции, необходимо отметить, что не на все виды товара спрос одинаков, поэтому необходимо разработать мероприятия по стимулированию сбыта.

Продукция мебели ООО «Пазл» выполнена из различных материалов, они представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Структура ассортимента мебельной продукции ООО «Пазл» по материалам.

Материал	Количество мебели в магазине, (шт.)	Удельный вес в ассортименте, (%)
Массив древесины	55	16,4
ЛДСП	116	34,5
МДФ	82	24,4
ДСП	37	11
ДВП	34	10,1
Металл	12	3,6
Итого:	336	100

Источник: составлено автором

Из данной таблицы можно сделать вывод, что такие материалы, как ЛДСП и МДФ являются большей частью ассортимента мебельной продукции магазина «Пазл», так как эти материалы относительно качественные и недорогие. Массив древесины это экологически чистый материал, цена у него немного выше, поэтому удельный вес в ассортименте немного ниже.

Оплата товара проводится, как наличным, так и безналичным расчетом. Покупателями мебели данного предприятия являются как физические, так и юридические лица. Расчет с юридическими лицами происходит посредством банковского перевода денежных средств. Основной формой расчета с физическими лицами является наличный расчет. Однако, в последнее время физические лица, т.е.

покупатели, приобретающие мебель для личного домашнего использования, предпочитают пользоваться банковской системой оплаты. Данный факт не только создает определенные удобства для обеих сторон, но и содействует ускорению оборачиваемости денежных средств, позволяет сократить сроки поставки мебели.

Анализ состава мебельного магазина следует изучать по формам расчета, представлен таблица 2.

Таблица 2 - Анализ объемов продаж по составу

Вид реализации	2015 год		2016 год		Отклонение		Темп изменения, %
	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	
01	02	03	04	05	06	07	08
Реализация за наличный расчет	2296	39,5	2409	34,5	+113	-5	104,92
Реализация за безналичный расчет	3517	60,5	4573	65,5	+1056	+5	130,03
Итого:	5813	100	6982	100	1169	-	120,11

Источник: составлено автором

Реализации за безналичный расчет в 2016 г. увеличилась, что на 30,03% больше прошлого года. Это положительно сказывается на деятельности предприятия, в частности ускоряется движение денежных потоков и товарооборотности, происходит экономия временных ресурсов. Несмотря на это доля реализации за наличный расчет составляет 34,5% в общем объеме, и ее темп изменения составило на 104,92% больше прошлого года, а в сумме 113 тыс.руб.

Есть возможность оформления покупки в кредит и рассрочку через банки.

Банки-партнеры:

- Home credit bank,
- ПочтаБанк,
- Ренессанс,
- Альфа Банк,

- Русский Стандарт.

Помимо розничного магазина, у ООО «Пазл» есть интернет-магазин, в котором покупатели могут ознакомиться со всем ассортиментом мебели, получить онлайн консультацию, сделать заказ и произвести оплату.

Широкая клиентская база и постоянно растущий объем продаж подтверждают эффективность деятельности ООО «Пазл».

Все расходы, связанные с рекламной деятельностью предприятия ООО «Пазл» включаются в себестоимость выпускаемой продукции. Выделение средств на рекламную компанию зависит от объема реализованной продукции. Рекламная компания проводится в средствах массовой информации.

В качестве наиболее эффективных каналов распространения рекламы в компании «Пазл» рассматриваются следующие:

1. Реклама на телевидении. Рекламная деятельность фирмы на телевизионном экране обеспечивается «бегущей строкой» с максимально информативным, но в то же время кратким и лаконичным текстом, который рекламирует группу товаров предлагаемых компанией с указанием адреса и телефона. Однако этот вид рекламы не всегда дает желаемый эффект, т. к.:

- 1) скорость «бегущей строки» не совпадает со скоростью восприятия информации у телезрителя;
- 2) ошибки оператора телевидения при наборе текста приводят к искажению рекламной информации;
- 3) реклама дается вперемежку с рекламой продаваемых товаров и другими объявлениями.

Поэтому в фирму ООО «Пазл» поступают телефонные звонки, не имеющие отношения к деятельности фирмы.

2. Реклама в компьютерных сетях (Internet). Данная реклама является абсолютно новой и очень эффективной при ее невысоких стоимостях по сравнению с другими видами рекламы. У компании «Пазл» есть свой сайт в Интернете. Он используется не только как еще один рекламный проспект с картинками, но и как инструмент позволяющий упростить общение с клиентом. На сайте можно

познакомиться с историей фирмы, перечнем ее услуг и ценами, сборником нормативно-правовых актов.

3. Печатная рекламная продукция. Для посетителей имеется целый набор рекламной печатной продукции: буклеты, листовки, каталоги, прайс-листы. Их вручают при посещении фирмы, презентации, выставке или заключении контракта. Они предоставляют информацию о фирме, её продукции, ценах и предстоящих акциях.

Главный элемент рекламы товаров - положительное эмоциональное воздействие иллюстрации и текста, как правило, несложного и легкого для запоминания, создающего привлекательный "образ" товара.

Для стимулирования покупателей используют торговые скидки (до 5% обычно приуроченные к праздникам,), купоны, подарки, лотереи и конкурсы, дающие шанс что-либо выиграть (например, перед Новым годом в каждом салоне вместе с покупкой мебели покупатель может выиграть ценный приз, соответственно появляется заинтересованность у покупателя, а у производителя увеличение продаж.

В своей деятельности ООО «Пазл» руководствуется законодательными и нормативно-правовыми документами, условно разделенные на три уровня:

- 1) Законодательные и нормативные акты Российской Федерации, регулирующие деятельность всех субъектов (Конституция РФ, Гражданский, Налоговый, таможенный кодексы и т.п.).
- 2) Законы, постановления и рекомендации, регулирующие производственную и торговую деятельность в Российской Федерации.
- 3) Организационно-правовые документы предприятия.

Ценовая политика ориентирована на обеспечение прибыльной работы предприятия, быструю адаптацию к изменению рыночной конъюнктуры с учетом среднего уровня цен на аналогичную продукцию. Она формируется исходя из анализа покупательского спроса и сезонности.

Учетная политика предприятия осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете», «Положением по ведению по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ», «Положением по

бухгалтерскому учету» (ПБУ), «Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий», Налоговым и Гражданским кодексами РФ.

В ООО «Пазл» применяется ОСНО – общая система налогообложения (классическая). В классической системе налогообложения ОСНО, юридическое лицо (организация или ИП - индивидуальный предприниматель) платит подоходный налог, налог на добавленную стоимость, единый социальный налог и другие налоги, необходимость уплаты которых предусмотрена налоговым законодательством, а также платит взносы в Пенсионный фонд, Фонд обязательного медицинского страхования, в Фонд социального страхования.

В таблице 3 приведены и рассчитаны основные результаты деятельности компании за три года. В приложении А представлен отчет о финансовых результатах деятельности ООО «Пазл» и бухгалтерский баланс за 2014-2016 гг.

Таблица 3 - Основные показатели деятельности предприятия ООО «Пазл»

Показатели	Год			Отклонение 2016 г. к 2014 г.	
	2014	2015	2016	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Относительное отклонение, %
01	02	03	04	05	06
1. Выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.	4786	5813	6982	2196	145,9
2. Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	3122	3236	3667	545	117,5
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	1664	2577	3315	1651	199,2
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	1425	1978	2688	1263	188,6
5. Коммерческие расходы	48	50	55	7	114,6
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	293	599	627	334	214

7.Прочие расходы	22	54	63	41	286,3
8.Прибыль (убыток) до налогообложения	296	545	564	268	190,5
9.Текущий налог на прибыль	19	35	37	18	194,7
10.Чистая прибыль (убыток)	277	510	527	250	190,3
11.Среднегодовая численность работников, чел.	12	10	10	-2	83,3
12.Рентабельность продаж, %	5,8	8,8	7,5	1,7	129,3
13.Рентабельность продукции, %	8,9	15,8	14,4	5,5	161,8

Источник: составлено автором

Приведенные в таблице 3 данные показывают, что исследуемое предприятие стабильно за последние три года. Так, финансовая деятельность ООО «Пазл» в 2014-2016 гг. отмечена ростом выручки от продаж. Выручка выросла на 2196 тыс. руб. или на 45,9%. К росту выручки от продаж на ООО «Пазл» привело увеличение объема производства, что в свою очередь подтверждается ростом себестоимости продукции на 545 тыс. руб. или на 17,5%. Необходимо отметить позитивный момент в деятельности рассматриваемого предприятия, который свидетельствует о более низком росте себестоимости по сравнению с ростом выручки, что привело к росту прибыли от продаж на 334 тыс. руб. Рост показателя в 2016 г. связан со всеми вышеперечисленными факторами, а именно:

- рост розничного товарооборота;
- рост валовой прибыли;
- незначительный рост себестоимости и издержек обращения.

Увеличение показателя валовой прибыли связано с ростом величины розничного товарооборота и незначительным увеличением себестоимости, которая включает в себя закупочную стоимость товаров и зарплату продавцов (с налогами). Рост расходов связан с увеличением затрат на перевозку, увеличением арендной платы и коммунальных платежей, а так же с проведением рекламной компании.

Динамика среднегодовой численности персонала ООО «Пазл» стабильна, и составляет 10 чел.

Таким образом, рост объема производства и продажи продукции ООО «Пазл» сопровождается соответствующей экономической эффективностью использования всех имеющихся ресурсов предприятия. Можно сделать вывод, что на рассматриваемом предприятии наблюдается положительная динамика.

2. Производственно-технологическая структура организации

Количество человек, работающих в ООО «Пазл» относительно не большое – 10 человек. Колебания за год составляют порядка 1-2 человек, нет отдела кадров, так как нет текучки из-за высокой заработной платы и хороших условий труда, поэтому все вопросы, связанные с персоналом решаются в бухгалтерии или на более высоком уровне.

Организационная структура представлена на рисунке 2.

Рисунок 2 – организационная структура ООО «Пазл»

В компании применяется линейно-функциональная структура управления.

Преимущества:

1. Стимулирует деловую и профессиональную специализацию.
2. Уменьшает дублирование усилий и потребление материальных ресурсов в функциональных областях.
3. Улучшает координацию в функциональных областях.

Недостатки:

1. Отделы могут быть более заинтересованы в реализации целей и задач своих подразделений, чем общих целей всей организации. Это увеличивает возможность конфликтов между функциональными областями.

2. В большой организации цепь команд от руководителя до непосредственного исполнителя становится слишком длинной.

3. Замедленная реакция на внешние изменения.

4. Проблемы с распределением ответственности за устранение проблем.

Структура управления в ООО «Пазл» построена по функциональному принципу.

Бухгалтерия ООО «Пазл» является самостоятельным структурным подразделением предприятия, функционирует на основании Положения о бухгалтерской службе и подчиняется главному бухгалтеру.

Главный бухгалтер в соответствии с должностной инструкцией принимает решения в области организации и ведения бухгалтерского, управленческого и налогового учета.

К полномочиям сотрудников бухгалтерии предприятия в соответствии с должностной инструкцией относится принятие решений по: организации учета фактов финансово-хозяйственной деятельности предприятия; составлению отчетности перед участниками общества, государством, по налогам и т.д.

Приказом руководителя организации утверждается и объявляется сотрудникам бухгалтерии учетная политика. Данные документы утверждаются на предприятии на отчетный год и отражает вопросы методики и техники учета.

Как показал анализ учетной политики, данный документ на предприятии не подвергается ежегодным корректировкам в связи с изменениями законодательства, что является существенным недостатком в организации бухгалтерского учёта на предприятии. Кроме того в учетной политике ООО «Пазл» не нашли отражение вопросы организации налогового учета.

Одновременно с учетной политикой в ООО «Пазл» также утверждается рабочий План счетов бухгалтерского учета.

3. Технологии организации основных рабочих мест

Во главе компании стоит генеральный директор, который осуществляет управление остальными отделами, в число которых входят: отдел продаж, отдел закупа, отдел доставки и технического обслуживания и бухгалтерия.

К должностным обязанностям генерального директора относятся:

- осуществление руководства компанией в соответствии с действующим законодательством в пределах предоставленной компетенции всеми видами деятельности организации;

- организация эффективного взаимодействия всех структурных подразделений;

- выполнение целей и задач, стоящих перед компанией;

- выполнение обязательств перед клиентами, поставщиками, партнерами и банками;

- организация производственно-хозяйственной деятельности на основе планирования ее материальных, финансовых и трудовых расходов с учетом складывающейся конъюнктуры на рынке.

Отдел продаж состоит из отдела розничных продаж и интернет-магазина, которые возглавляют соответствующий персонал.

Работники отдела маркетинга занимаются такими вопросами как:

- сбор и анализ информации по отрасли: показателях, тенденциях, появлении новых поставщиков и пр.;

- сбор и анализ информации по конкурентам: открытие новых торговых точек, ценовая политика, ассортиментная политика, маркетинговая активность;

- разработка рекламных мероприятий компании: на местах продаж, в интернете, печатных изданиях и пр.;

- обеспечение магазинов необходимыми POS-материалами: визитками, каталогами, листовками и пр.;

- согласование с подрядчиками внешнего и внутреннего дизайна магазина;

- разработка и печать рекламных макетов и пр.

Отдел закупа представлен несколькими сотрудниками, разделенными по по-

ставщикам, во главе которых стоит руководитель отдела закупа. Функциями отдела закупа являются:

- поиск поставщиков, согласование с ними условий поставки, цен, маркетингового сопровождения;
- определение потребности в товарах;
- установление и организация оптимальных хозяйственных связей с поставщиками;
- организация и технология закупок непосредственно у производителей товаров, посредников, у импортеров;
- организация учета и контроля над оптовыми закупками.

Отдел доставки и технического обслуживания осуществляет доставку, сборку и гарантийное обслуживание. Данная структура компании имеет ряд преимуществ, в частности – позволяет осуществлять оперативное и эффективное управление деятельностью компании, т.к. имеет один канал связи — каждый подчиненный имеет только одного руководителя. Это способствует четкому и оперативному управлению, повышению ответственности руководителя за эффективность работы возглавляемого им отдела. Высший уровень управления выступает в лице генерального директора компании. ООО «Пазл» оказывает своим покупателям услуги по доставке и сборке мебели в кратчайшие сроки. Компания осуществляет доставку своей продукции в пределах города, а также в близлежащие регионы. Мебель поставляется, как в собранном, так и в разобранном и упакованном виде с учетом пожелания заказчика. Сборку мебели осуществляют квалифицированные специалисты. Стоимость сборки — 10% от стоимости изделия.

4. Характеристика основного рабочего места магистранта

Свою практику по работе менеджера в мебельной компании «Пазл» я начала с подробного изучения предлагаемой продукции. Менеджер в мебельной компании должен знать все стандарты и размеры, материалы из которых данная мебель изготавливается.

Менеджер должен овладеть методикой общения с клиентом:

- установить эмоциональный контакт с клиентом (приветствие с улыбкой);
- подойти к покупателю и создать комфортную среду в общении (эмоциональная поддержка и позитивное настроение могут значительно облегчить и сделать более эффективным общение с покупателем);
- опытный консультант должен уметь подстроиться под манеру общения и поведения покупателя, это помогает наладить контакт с покупателем, войти в доверие и настроить его к совершению покупки;
- выдать полную и правдивую информацию о продукции (указать на положительные стороны продукта и удобства предлагаемой продукции);
- уметь уверенно и подробно ответить на вопросы клиента (при виде скованного, молчаливого и эмоционально неуверенного консультанта у покупателя просто пропадает желание и заинтересованность в дальнейшем общении). Но в то же время не надо стараться изображать эмоции, фальшивая улыбка - только навредит);
- нужно уметь деликатно определить ценовой диапазон, в который хочет уложиться клиент и предложить наиболее подходящий товар;
- менеджер должен уметь спровоцировать клиента перейти от размышлений к активному изучению ассортимента и в итоге совершить покупку.

Можно сделать вывод, чтобы овладеть методикой общения с клиентом менеджер должен обладать такими качествами как: доброжелательность, вежливость, искренность, убедительность, общительность, уверенность и стрессоустойчивость.

Обговорив с клиентом все важные для него критерии, нужно дать ему время для того, чтобы клиент обдумал свое решение. Покупка мебели - обычно решение не спонтанное, а тщательно подготовленное. Поэтому времени на принятие окончательного решения может понадобиться достаточно много. Не следует давить на клиента, но желательно запомниться ему, выделить себя среди других фирм- конкурентов. Даже если в этот раз клиент воспользуется услугами другой организации, он может посоветовать вас своим родственникам и знакомым.

На практике в компании «Пазл» я столкнулась с изучением мебельных 3D программ. После того как клиент готов совершить покупку менеджер должен узнать максимум информации о клиенте, о его пожеланиях, о его помещении и только после этого менеджер вычерчивает проект на компьютере с учетом всех стандартов, размеров, которые доступны на фабрике.

После того, как покупка была совершена, опытный менеджер не должен забывать про своего клиента. Он должен проконтролировать, чтоб мебель доставили в срок, затем нужно связаться с клиентом, поинтересоваться, как прошла сборка мебели и остался ли клиент довольным. После проявления такой заботы о клиенте у него останется приятное впечатление о компании и о менеджере, который с ним работал.

Во время практики я соблюдала должностную инструкцию по работе с клиентами:

- Менеджер по работе с клиентами относится к категории специалистов.
- На должность менеджера по работе с клиентами назначается человек, имеющий высшее образование и опыт работы в данной области не менее 1 - 2 лет.
- Назначение на должность менеджера по работе с клиентами и освобождение от нее производится приказом генерального директора предприятия по представлению директора.

Менеджер по работе с клиентами должен знать:

- основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы по организации работы;

- способы и последовательность разработки перспективных и текущих планов продаж;
- состояние на рынке, его развитие и перспективы;
- способы изучения спроса на товары ассортиментных групп предприятия;
- правила и требования заключения и исполнения договоров;
- стандарты и технические условия производства;
- организацию учета сбытовых операций и составление отчетности о выполнении плана реализации товара.
- Менеджер по работе с клиентами должен непосредственно подчиняться директору предприятия и выполнять его распоряжения.
- При отсутствии менеджера по работе с клиентами (командировка, отпуск, болезнь), его работу выполняет лицо, назначенное директором.
- Менеджер обслуживает клиентов, проводит необходимые переговоры и консультации, знакомит покупателей с ассортиментом продукции, их потребительскими свойствами, ценами, скидками, акциями, условиями продажи, с порядком оплаты, условиями доставки товара.
- Менеджер следит за наличием полного ассортимента выставочных образцов.
- Проводит документальное оформление договора, в соответствии со всеми правилами предприятия.
- Заносит в базу данных сведения о новых заключенных договорах, ведет список продаж, определяет размеры скидок и бонусов.
- Выполняет все поручения руководителей и начальников.
- За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией - в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.
- За причинение материального ущерба - в пределах, определенных

действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

Во время прохождения моей практики были приобретены практические навыки. Научилась консультировать людей, выслушивать и понимать их потребности, понимать собеседника на подсознательном уровне. Научилась предлагать и продавать товар, а также рассказывать о пользе предлагаемого товара, подбирать более подходящий для клиента товар. Так же в ходе практики я отвечала на вопросы клиента и помогала им в решении различных проблем. Овладела начальными навыками моделирования проектов в компьютерных 3D программах.

5. Кадровое, информационное обеспечение деятельности организации

Трудовые отношения на ООО «Пазл» строятся в соответствии с Трудовым Кодексом РФ. Для закрепления работника на определенном рабочем месте выпускается приказ или распоряжение. Для ознакомления работника с его должностными обязанностями и подтверждением его согласия следовать данным предписаниям, производится ознакомление работника с должностной инструкцией и ее подписание. Должностная инструкция содержит подробное описание рабочего места, функций и необходимых навыков для работника.

Коллектив ООО «Пазл» является сознательно организованным постоянным коллективом, ориентированным на достижение официальной цели. Внутрифирменное разделение труда сочетает в себе количественное (основанное на взаимозаменяемости работников) и учитывающее специфику отдельных видов труда в пределах одного и того же качества.

Работа с персоналом в строится на основании «Положения о регламентирующих документах по персоналу». Все положения и документы по работе с персоналом, разработанные на основании данного положения в ООО «Пазл» обязательны для выполнения в магазине.

Кадровая политика на данном предприятии базируется на следующих принципах:

- принцип обусловленности кадровой политики целями производства;
- принцип оптимального соотношения управленческих ориентации;
- принцип экономичности;
- принцип комплексности;
- принцип оптимальности;
- принцип согласованности взаимодействия между иерархическими звеньями по вертикали, а также между относительно автономными звеньями;
- принцип адаптивности (гибкости);
- принцип ритмичности.

В компании ООО «Пазл» работают 10 человек в том числе:

Генеральный директор – 1 чел.

Главный бухгалтер-экономист – 1 чел.

Администратор – 1 чел.

Менеджер по рекламе – 1 чел.

Менеджер по продажам – 1 чел.

Продавец - консультант – 2 чел.

Сборщик – грузчик – 2 чел.

Уборщица - 1 чел.

4 чел (40%)– мужчины; 6 чел (60%) – женщины

По уровню образования:

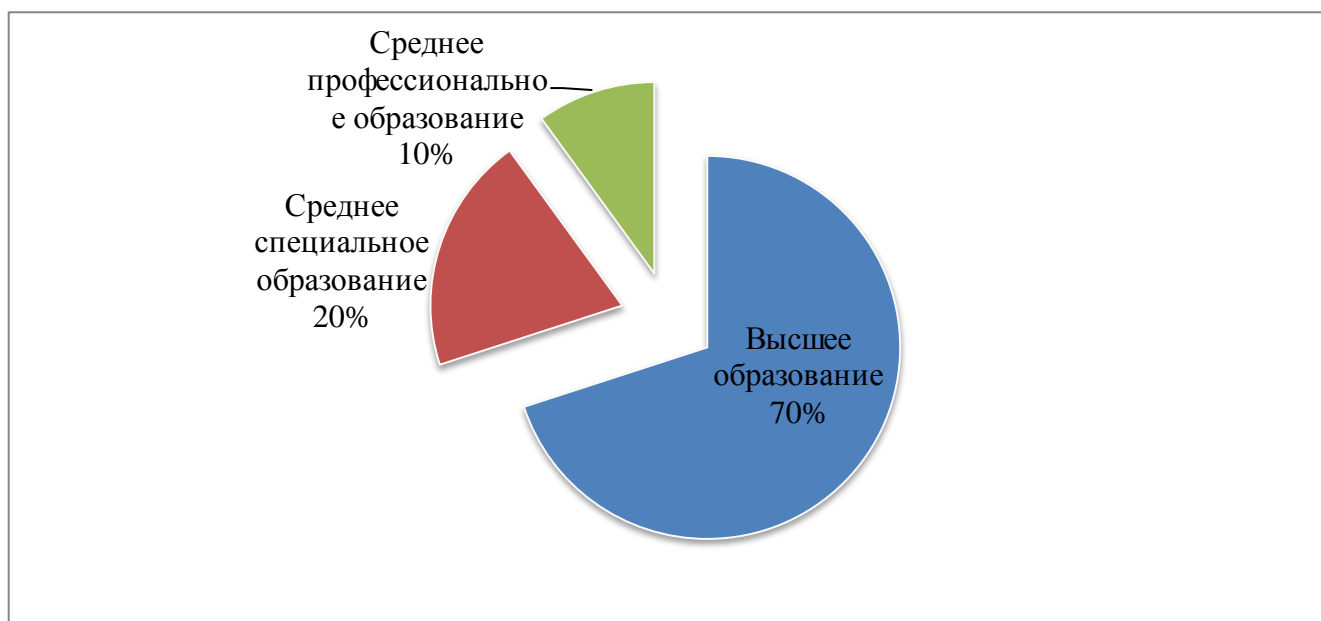
- Высшее образование - 7
- Среднее специальное образование - 2
- Среднее профессиональное - 1

На рисунке 3 показана структура работников по уровню образования в %

Таким образом, большую часть работников составляют с высшим образованием, что говорит о профессионализме

Коллектив сотрудников ООО «Пазл» на 50% - составляют лица в возрасте 30-40 лет, свыше 40 лет - 10%, доля молодых специалистов (до 30 лет) составляет 40%.

Рисунок 3 – Структура работников ООО «Пазл» по уровню образования за 2016 год.



Управление персоналом опирается на анализ содержания труда, способствующий правильным оценкам производственных и деловых качеств работника, организации труда, его оплаты, а также планируемой структуры и качество рабочей силы, необходимой предприятию.

Основной акцент в системе стимулирования персонала в ООО «Пазл» сделан на материальные методы стимулирования. Предприятие поддерживает и поощряет тех, кто не только на словах, но и на деле внедряет стандарты, проявляет принципиальность и не идет на компромиссы, - тех, кто проявляет лидерство.

Управление персоналом предприятия осуществляется с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления. Основа системы стимулирования персонала закладывается использованием организационно-технических методов, которые оптимизируют построение системы управления эффективностью труда в компании.

Компания использует следующую структуру средств материальной и нематериальной мотивации персонала:

- Использование мотивационной (компенсационной) системы, которая предполагает необходимость компенсировать определенные вложения со стороны сотрудника в деятельность и развитие компании (премирование и материальные

компенсации за работу сверх нормированного рабочего времени; возможность приобретать продукцию компании со значительными скидками), а так же:

- использование принципов ранжирования персонала;
- применение тарифно-разрядной системы при расчете с персоналом по оплате труда;
- социальная политика, проводимая компанией;
- корпоративная культура компании;
- средства коммуникации.

6. Обобщение и подведение итогов

В ходе прохождения практики на ООО «Пазл» были сделаны следующие выводы. ООО «Пазл» — это небольшой мебельный магазин в городе Твери. Основным видом деятельности компании является розничная продажа мебели. ООО «Пазл» реализует продукцию известных мебельных брендов, таких как «Боровичи», «SV-mebel», «Циркон», «Веста мебель», «УЮТ-сервис», «Лером», «Е1», «Мадейра-Сид», «Аскона» и пр. Компания реализует следующие группы товаров: кресла и стулья, мягкую мебель, шкафы-купе, мебель для гостиной, мебель для детской, мебель для прихожей, мебель для спальни, офисную мебель.

Проанализировав структуру выручки компании за период с 2014 по 2016 год был сделан вывод, что основную выручку ООО «Пазл» приносят следующие группы товаров: кухни (16%); гостиные (15%); кровати (15%), мягкая мебель (13%), шкафы-купе (12%) и прихожие (12%).

Конкурентными преимуществами ООО «Пазл» являются: широкий ассортимент продукции, наличие интернет-магазина, представление покупателям услуг по доставке и сборке продукции, высокая квалификация сотрудников.

Организационная структура компании является функциональной и состоит из следующих отделов: бухгалтерии, отдела продаж, отдела закупок, отдела маркетинга и отдела доставки и технического обслуживания. Во главе компании находится Генеральный директор, который осуществляет непосредственное управление всеми подразделениями компании.

Анализ финансового-экономических показателей ООО «Пазл» показал, что несмотря на то, что у компании за 2016 год произошел рост абсолютных показателей выручки и прибыли от реализации, все показатели рентабельности показали снижение. Немаловажно при этом пересмотреть систему стимулирования сбыта, поскольку она оказывает влияние на показатели деятельности компании.

Для стимулирования покупателей используют торговые скидки (до 5% обычно приуроченные к праздникам), купоны, подарки, лотереи и конкурсы, дающие шанс что-либо выиграть, соответственно появляется заинтересованность у покупателя, а у

производителя увеличение продаж.

ООО «Пазл» последние два года начала активно использовать маркетинговые инструменты для продвижения на рынок, что было вызвано постоянно растущей конкуренцией. Это касается и системы стимулирования сбыта.

В целом можно сказать, что в ООО «Пазл» существует разработанная система стимулирования сбыта. Стратегия стимулирования сбыта в компании основывается на том, что приоритетом является конечный покупатель, соответственно политика компании строится исходя из платежеспособности потенциальных покупателей и спроса на товары. ООО «Пазл» активно применяет такие способы стимулирования сбыта как рекламу в различных СМИ и сети Интернет, наружную рекламу и активно использует собственный сайт для продвижения своей продукции.

Библиографический список

1. Артамонова, Л.И. Организация торговли. - М.: Экономика, 2011.
2. Архипов, В. Е. Маркетинг. Техника создания спроса. - М.: Вершина, 2010.
3. Бадьин, А. Бренд – боевая машина бизнеса / Маркетинг, 2010.
4. Березина, Е. А. Стимулирование сбыта, как источник повышения экономической эффективности деятельности предприятия / Е. А. Березина // МНИЖ. - 2015. – №2-3, –16-17 с.
5. Вудкок, Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Пер. с англ. - М : Фаю-Пресс, 2011.
6. Герчикова, И.Н. Маркетинг. – СПб.: Наука, 2010.
7. Горемыкин, В.А. Практический маркетинг: Учеб. пособие/Пер. с нем. А.М.Макарова; - М. ПРИОР, 2010.
8. Дудла И. А. Потребительские свойства: характеристика и направления развития ассортимента бытовой мебели. М.:МКИ, 2012. — 31 с.
9. Дурович, А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Минск: НПЖ Финансы, учет, аудит, 2011.
10. Зверкович, И. Маркетинговые подходы к созданию системы сбытового менеджмента предприятия / И. Зверкович, Е. Скляр, И. Подгайна // Управление каналами дистрибуции 2010. – №4 – 242-253 с.
11. Киржнер, Л.А., Киенко, Л.П. Менеджмент организаций: Учебник. - М.: КНТ, 2009.
12. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Ф. Котлер. - М.: Бизнес- книга, 2010. – 702 с.
13. Кряков М. В., Гулин В.С. Современное производство мебели. М.: Лесная промышленность, 2014. -248 с.
14. Кузнецов, Т. Е. Стимулирование сбыта как элемент комплекса продвижения товара / Т.Е. Кузнецова // Вестник ВУиТ, 2013. – №1, – 135-142 с.
15. Музыкант, В.Л. Реклама: международный опыт и российские тра-

диции/ В.Л. Музыкант. - М.: Право и Закон, 2012. – 222 с.

16. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2010.

17. Павлова, Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы. Учебник для бизнес-школ. – М.: Норма, 2011.

18. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. М.: Юрайт, 2010 – 448 с.

19. Сербова, Е. С. Современная модель системы стимулирования сбыта продукции предприятия / Е. С. Сербова // Социально-экономические явления и процессы, 2013. – №5, – 168-172 с.

20. Стоун, М. Маркетинг, ориентированный на потребителя. – М.: Фаир-прес, 2011.

21. Фурин. А.И., Воробьева К. Д. Опыт работы производственного мебельного объединения. - М.: ВНИПИЭИ леспром, 2012.- 32 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Данные по объемам выручки 2014 – 2016 гг., тыс. руб

Ассортимент	Выручка, тыс. руб.			
	2014	2015	2016	ИТОГО
Кровати	601	729	863	2193
Шкафы-купе	678	861	1107	2646
Корпусная мебель из массива	150	167	175	492
Тумбы и комоды	81	97	108	286
Кухни	795	961	1227	2983
Кухонные столы	105	127	136	368
Письменные столы	74	92	105	271
Журнальные столы	68	81	97	246
Мягкая мебель	609	781	895	2285
Матрасы	75	96	102	273
Гостиные	733	878	1181	2792
Стулья	93	105	124	322
Прихожие	556	668	852	2076
Детская мебель	158	170	188	516
ИТОГО	4786	5813	6982	17581

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Отчет о прибылях и убытках за 31 декабря 2015 г.

Организация <u>ООО «Пазл»</u> Идентификационный номер налогоплательщика ИНН Вид деятельности <u>Продажа мебели</u> по ОКВЭД Организационно-правовая форма/форма собственности <u>ООО/Частная</u> ОКOPФ/OKФC Единица измерения: тыс.руб./ млн.руб. (ненужное зачеркнуть)	Форма № 2 по OKУД Дата (год, месяц, число) по OKПO по	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="3">КОДЫ</td> </tr> <tr> <td colspan="3">0710002</td> </tr> <tr> <td style="width: 33%;">14</td> <td style="width: 33%;">03</td> <td style="width: 33%;">2016</td> </tr> <tr> <td colspan="3"> </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> </td> </tr> <tr> <td>47</td> <td colspan="2">16</td> </tr> <tr> <td colspan="3">384</td> </tr> </table>	КОДЫ			0710002			14	03	2016							47	16		384		
КОДЫ																							
0710002																							
14	03	2016																					
47	16																						
384																							
	по ОКЕИ																						

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период прошедшего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	5813	4786
	011		
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	(3236)	(3122)
	021		
Валовая прибыль	029	2577	1664
Коммерческие расходы	030	50	48
Управленческие расходы	040	(1978)	(1425)
Прибыль (убыток) от продаж	050	549	191
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	-	-
Проценты к уплате	070	0	0
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие доходы	090	-	79
Прочие операционные расходы	100	(54)	(22)
Внерезидентские доходы	120	-	-
Внерезидентские расходы	130	-	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	545	296
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	(35)	(19)
Иные налоговые платежи и санкции из прибыли	155	-	-
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	-	-
Чрезвычайные доходы	170	-	-
Чрезвычайные расходы	180	-	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	510	277
СПРАВОЧНО			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	0	0
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	210	0	0
Базовая прибыль (убыток) на акцию	220	0	0
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	230	0	0

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	x	x	x	x
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	x	x	x	x
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	x	-	x	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	x	x	x	x
Отчисления в оценочные резервы	250	x	-	x	x
Списание дебиторской и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	x	x	x	x
	270				

Руководитель _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

"14" марта 2015 г.

Таблица Б.2 – Отчет о прибылях и убытках за 31 декабря 2016 г.

Форма № 2 по ОКУД	КОДЫ		
Дата (год, месяц, число)	0710002		
Организация <u>ООО «Пазл»</u>	18	03	2017
Идентификационный номер налогоплательщика			
ИНН Вид деятельности <u>продажа мебели</u>			
по ОКВЭД	55.30		
Организационно-правовая форма/форма собственности			
<u>ООО/Частная</u>	47	16	
ОКОПФ/ОКФС	384		
Единица измерения: тыс.руб./ млн.руб. (ненужное зачеркнуть)	по ОКЕИ		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период прошедшего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	6982	5813
	011		
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	(3667)	(3236)
	021		
Валовая прибыль	029	3315	2577
Коммерческие расходы	030	55	50
Управленческие расходы	040	(2688)	(1978)
Прибыль (убыток) от продаж	050	572	549
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	-	-
Проценты к уплате	070	0	0
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие доходы	090	-	-
Прочие операционные расходы	100	(63)	(54)
Внереализационные доходы	120	-	-
Внереализационные расходы	130	-	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	564	545
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	(37)	(35)
Иные налоговые платежи и санкции из прибыли	155		
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	-	-
Чрезвычайные доходы	170	-	-
Чрезвычайные расходы	180	-	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	527	510
СПРАВОЧНО			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	0	0
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	210	0	0
Базовая прибыль (убыток) на акцию	220	0	0
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	230	0	0

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	x	x	x	x
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	x	x	x	x
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	x	-	x	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	x	x	x	x
Отчисления в оценочные резервы	250	x	-	x	x
Списание дебиторской и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	x	x	x	x
	270				

Руководитель _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____
(подпись) (расшифровка подписи)

"18" марта 2017 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В