Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Тверской государственный университет»

Институт экономики управления

Кафедра экономики предприятия и менеджмента

**Отчет**

**по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта**

**профессиональной деятельности**

Направление подготовки

38.34.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Магистерская программа

Стратегическое и корпоративное управление

Квалификация (степень)

**Магистр**

Форма обучения очная

Обучающийся:

Ким Юлия Витальевна

**Научный руководитель:**

Мошкова Л.Е. д.э.н. доцент

**Руководитель практики от организации:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тверь 2018

СОДЕРЖАНИЕ

[**Раздел 1. Организационно-экономическая характеристика организации** 4](#_Toc510456473)

[**Раздел 2. Производственно-технологическая структура организации** 13](#_Toc510456474)

[**2.1 Технология организации основных рабочих мест** 13](#_Toc510456475)

[**2.3 Кадровое, информационное обеспечение деятельности организации** 16](#_Toc510456476)

[**Обобщение результатов и подведение итогов** 19](#_Toc510456477)

[**Библиографический список** 22](#_Toc510456478)

[**ПРИЛОЖЕНИЕ А** 24](#_Toc510456479)

[**ПРИЛОЖЕНИЕ Б** 25](#_Toc510456480)

ВВЕДЕНИЕ

Важнейшим элементом рыночного хозяйства является торговля, которая определяет его общественное назначение и суть.[[1]](#footnote-1) Торговый бизнес, как неотъемлемая часть прогрессивных экономических отношений по большей части помогает осуществлению основной миссии общественного производства — удовлетворение разнообразных потребностей людей. Не иначе как торговля, реализуя произведенную потребительную стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает равновесие между спросом и предложением. Не менее важным элементом также являются сотрудники, так как они поддерживают имидж компании и обеспечивают своим участием влияние на продажу товаров и услуг. ООО «Евросеть-Ритейл» сильно зависит от уровня компетентности и квалификации ее работников, поэтому в ее задачи входит не только хорошая ценовая и рекламная политика, но и создание благоприятных условий в обучении и долгосрочной мотивации персонала.

Практика является одной из неотъемлемых частей подготовки квалифицированных специалистов всех специальностей. Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение умения и навыков практической работы по избранной специальности и присваиваемой квалификации.

Базой для прохождения производственной практики служила компания ООО «Евросеть»

Цель производственной практики – изучение организации ООО «Евросеть», ее структуры, получение необходимой информации о производственной и финансово-экономической деятельности организации.

# **Раздел 1. Организационно-экономическая характеристика организации**

ООО «Евросеть-ритейл» в своей работе (занимаясь своей непосредственной деятельностью) следует Уставу общества и действующим законодательством Российской Федерации.

Компания была создана 2 апреля 1997 года Тимуром Артемьевым и Евгением Чичваркиным, первый магазин, в ассортименте которого было всего несколько мобильных телефонов. В последующие годы компания быстро развивалась, стремительно наращивая сеть своих салонов; в 2003 году вышла в регионы. В 2006 году было открыто рекордное число новых торговых точек — 1976. 22 сентября 2008 года было подписано соглашение о продаже Чичваркиным и Артемьевым 100 % компании «Евросеть» инвестиционной компании ANN, возглавляемой предпринимателем Александром Мамутом. Стоимость компании. 24 октября 50 % минус одна акция компании «Евросеть» были приобретены у компании ANN компанией «Вымпел-Коммуникации». 20 ноября Евгений Чичваркин покинул пост председателя совета директоров «Евросети». Сделка по продаже была полностью завершена 3 февраля 2011 года.

В феврале 2009 года компания создала для своих сотрудников социальную сеть «Евровсё».

В декабре 2010 года российский режиссёр, священник, сценарист, журналист и актёр Иван Охлобыстин стал креативным директором «Евросети» (покинул компанию в январе 2014 года).

10 марта 2011 года компания начала ребрендинг: новым символом сети стал жёлтый терьер.

В июле 2017 года контролировавшие «Евросеть» «Вымпелком» и «МегаФон» договорились о разделе пополам её розничной сети при её сохранении в качестве полноценной компании, после чего Мегафон доведёт свою долю до 100 %. [[2]](#footnote-2)

Предприятие Евросеть - ритейл:

- предоставляет услуги мобильных операторов

- занимается организацией гарантийного и сервисного обслуживания

- ведет обучение своих работников для предоставления грамотной консультации клиентов

- занимается розничной торговлей смартфонами, музыкальными плеерами, фото- и видео - камерами, радиотелефонами и большим ассортиментом аксессуаров к данным гаджетам.

В системе управления ООО «Евросеть-ритейл» можно четко разглядеть ее линейно-функциональную структуру, которая в свою очередь занимается обеспечением разделения управленческого труда, где линейные составляющие управления занимаются непосредственным руководством, а функциональные – предоставляют консультацию и помощь в разработках различных задач, подготовку решений, планов и программ. [[3]](#footnote-3)

Среди плюсов структуры можно выделить то, что линейные руководители буквально избавляются от принятия решений большинства вопросов, имеющих отношение к планированию денежных расчетов, материально-техническим обеспечением и многое другое.[[4]](#footnote-4)

К минусам можно же отнести то, что в линейно-функциональной структуре каждый член цепи больше заинтересован в достижении собственных целей, а не групповых, а также слаба или практически отсутствует взаимосвязь на горизонтальном уровне между производственными подразделениями и при этом имеется через чур развитое взаимодействие на вертикальном уровне. На верхнем уровне полномочий скапливается большое количество оперативных задач.[[5]](#footnote-5)

Рисунок 1. Организационная структура ООО «Евросеть»

Управляющий юридической службой

Специалисты

Учредители

Генеральный директор

Директор по персоналу

Финансовый директор

Управляющий отдела кадров

Специалисты

Руководитель отдела развития

Специалисты

Главный бухгалтер

Директор по продажам

Управляющий отдела ИТ

Директор службы постановок

Бухгалтера

Начальник

Экономисты

Директора магазинов

Продавцы консультанты

Продавцы кассиры

Специалисты

Специалисты

Во главе предприятия стоит генеральный директор, который осуществляет общее руководство деятельностью предприятия, организует и контролирует его работу.[[6]](#footnote-6)

Генеральному директору непосредственно подчиняются директора филиалов, начальник отдела продаж, финансовый директор, главный бухгалтер, начальник отдела поставок, начальник отдела информационных технологий, начальник охраны, менеджер по персоналу, юрист, секретарь, делопроизводитель.

На конец декабря 2009 года суммарное количество салонов компании «Евросеть» в 11 странах СНГ и БАЛТИИ составило 5 145. Салоны расположены в 1403 городах.

Таблица 1.1 – Количество салонов компании «Евросеть» по России, СНГ и стран Балтии на конец 2017 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Страна** | **Количество городов** | **Количество салонов** |
| Россия | 1090 | 4200 |
| Украина | 139 | 392 |
| Казахстан | 67 | 288 |
| Беларусь | 41 | 88 |
| Молдова | 8 | 28 |
| Киргизия | 8 | 22 |
| Узбекистан | 8 | 24 |
| Армения | 2 | 12 |
| Литва | 16 | 44 |
| Латвия | 10 | 22 |
| Эстония | 14 | 25 |
| Итого: | 1403 | 5145 |

Количество интернет-магазинов в компании «Евросеть» на конец декабря 2017 года составило 15 штук из них:

в России - 12 интернет магазинов,

в СНГ - 3 интернет-магазина.

Общая площадь салонов компании «Евросеть» на конец декабря 2009 года составила 203 709 кв. м. При этом средняя площадь салона в компании составила 39,6 кв. м. Из них в российских филиалах 41,6 кв. м., СНГ и страны Балтии 33,1 кв. м.

Количество сотрудников, работающих в компании «Евросеть» на конец декабря 2017 года составило - 33 001 человек.

Из них в российских филиалах - 27 935 человек, СНГ и страны Балтии - 5 066 человек.

Компания «Евросеть» реализовала через собственную розничную сеть в 2017 году 10,6 млн. сотовых телефонов. Из них в российских филиалах компании было реализовано 9,3 млн. сотовых телефонов.

Средняя стоимость сотовых телефонов в компании «Евросеть» в 2017 году составила $201. По оценкам, доля компании в розничных продажах сотовых телефонов в России в 2017 году составила 25,8%.

Среднемесячное кол-во продаж сотовых телефонов на 1 салон компании в 2017 году в России составило 170 штук. Важно отметить, что с появлением у Евросети большого количества конкурентов, как на российском рынке, так и на зарубежных, продажи Евросети снизились, но при этом компания старается уверенно держаться на своих позициях и проводит успешную рекламную деятельность.

Далее будет произведен анализ конкретного салона ООО «Евросеть-ритейл»

Таблица 1.2 – Экономические показатели салона «Евросеть»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Ед. изм.** | **2016** | **2017** | **Изменения** | |
| **+/-** | **%** |
| 1 | Товарооборот (без НДС) | Тыс. руб. | 6926 | 7519 | 593,00 | 8,60 |
| 2 | Издержки обращения | Тыс. руб. | 4468 | 4798 | 330,00 | 7,44 |
| 3 | Стоимость основных производственных фондов | Тыс. руб. | 227 | 241 | 14,00 | 7,09 |
| 4 | Численность работающих | Чел. | 9 | 9 | 0,00 | 0,00 |
| 5 | Фонд оплаты труда | Тыс.руб. | 1 679 | 1 823,00 | 144,00 | 8,71 |
| 6 | Балансовая прибыль  (с.1 - с.2) | Тыс. руб. | 2 459,00 | 2 720,00 | 261,00 | 10,71 |
| 7 | Наценка (с.6/с.2)х100 | % | 55,04 | 56,69 | 1,65 | 3,05 |
| 8 | Удельная рентабельность (с.6/c.1)х100% | % | 35,51 | 36,19 | 0,68 | 1,95 |
| 9 | Производительность труда (с.1/c.4) | Руб./чел. | 769,45 | 835,58 | 66,13 | 8,60 |

По таблице 1.2 демонстрирует нам то, что салон ООО «Евросеть-ритейл» успешно развивается и является конкурентоспособным. В 2016-2017 году, данный магазин показывает успешную динамику, которая основана на расчетах экономической эффективности.

Таблица 1.3 – Штатное расписание отдельного салона «Евросеть»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Должность** | **Ф.И.О** | **Количество**  **штатных**  **ед.** | **Должностной оклад тыс. руб.** |
| 1 | Директор-администратор | Каргин Я. В. | 1 | 35600 |
| 2 | Бухгалтер | Стилавина К. Г. | 1 | 19000 |
| 3 | Менеджер по закупкам и логистике | Пелячева Т. В. | 1 | 19000 |
| 4 | Кассир | Солынцева М.К. | 1 | 13000 |
| 5 | Кассир | Копылова Е.М. | 1 | 13000 |
| 6 | Продавец-консультант | Толстоносова М.Е. | 1 | 16000 |
| 7 | Продавец-консультант | Кабанова А. Т. | 1 | 16000 |
| 8 | Продавец-консультант | Лаврьентева В.К. | 1 | 16000 |
| 9 | Продавец-консультант | Наумович Т. Е. | 1 | 16000 |
| Итого: |  |  | 9 | 163600 |

В салоне работает штат из девяти человек. Непосредственно напрямую с клиентами работают шесть человек. Заработная плата в магазине ООО «Евросеть-ритейл» является среднерыночной.

Для того чтобы эффективно управлять человеческими ресурсами, организация старается соответствовать следующим принципам:

1. Коллектив в организацию проходит отбор, основанный на приобретенных знаниях, опыте и личностных качеств. При отборе персонала отсутствует дискриминация по каким-либо признакам.

2. Персонал награждается за выполнение своих непосредственных обязанностей в зависимости от оклада, утвержденного для каждой из должностей.

3. Сотрудники, проявившие свой творческий потенциал и инициативу, внесшие вклад в коллективную трудовую деятельность, вознаграждаются дополнительными премиальными выплатами.

4. Для того чтобы быть конкурентоспособной как потенциальный работодатель, организация систематически пересматривает размер заработной платы.

5. Помимо оплаты за работу в организации, работники имеют дополнительные льготы и компенсации, в зависимости от должности им предоставляется разные пакеты услуг и поощрений.

6. Сотрудникам гарантирована возможность обсуждения с администрацией компании любого вопроса или проблемы, беспокоящей сотрудника. Решения по любой проблеме, которая может возникнуть в ходе работы сотрудника, принимаются максимально быстро и справедливо.

7. Для каждого сотрудника организация найдет время, чтобы обсудить с ним волнующие его проблемы и вопросы.[[7]](#footnote-7)

8. Талантливых работников ждет карьерный рост.

9. Каждый член организации имеет доступ к новостям компании.

Характеристика рабочего места сотрудника:

Рабочее место должно соответствовать следующим критериям:

- Хорошее освещение помещения

- Отсутствие посторонних предметов, не относящихся к рабочему месту

- Товар должен иметь отличные внешние критерии

- Чистота витрин должна быть идеальной

- Выкладка на витринах должна соответствовать стандартам мерчендайзинга.

- Чистота помещения

Сотрудники ООО «Евросеть» сплочены и занимаются достижением общих целей. Среди коллектива доминируют демократические отношения, дружественная атмосфера. Организационная культура может быть названа «семейной», так как нередко коллектив организации общается и в свободное от работы время.

## **Раздел 2. Производственно-технологическая структура организации**

### **2.1 Технология организации основных рабочих мест**

Управлением предприятия ООО "Евросеть» филиал г. Твери занимается генеральный директор. В его ведении находятся вопросы стратегического характера.

Директор подчиняется непосредственно генеральному и фактически управляет деятельностью компании на оперативном уровне. Он контролирует деятельность всех отделов. Также в его компетенции вопросы движения финансовых потоков.

Центральная проблема организации состоит в координации закупок и продажи.[[8]](#footnote-8) В виду небольшого размера рассматриваемого предприятия закупка и продажа находится в одних руках т.е. эти отделы имеют одного руководителя, в компетенцию которого входят вопросы закупки по всему ассортименту. Преимущество этой формы состоит в том, что руководитель владеет сферой сбыта и информацией о спросе, что дает ему быстро реагировать на изменения на рынке.[[9]](#footnote-9) На предприятии не используется разделения в соответствии с группами товаров, степени обслуживания, величине покупателей и т.д.  
  
Отдельно выделен бухгалтерский отдел. Этот отдел состоит из главного бухгалтера, двух бухгалтеров и кассира. В обязанности главного бухгалтера входит ведение бухгалтерского учета, формирование отчетов для налоговой инспекции, начисление налогов, решение всех вопросов, связанных с налоговой отчетностью и др. Кассир принимает выручку. Два бухгалтера оформляют документы по движению товара.  
  
В отделе закупок и сбыта работают 2 менеджера. Задачами данного отдела являются:

формирование ассортимента товаров

поиск поставщиков

организация закупок

приемка товаров

управление торговыми агентами

прием заказов на поставку товаров

организация доставки

Каждый из менеджеров отвечает за определенные ему функции. Так, менеджер по закупкам отвечает за организацию поставок товаров, поиск поставщиков, прием товаров, слежением за товарными запасами. Менеджер по сбыту готовит необходимые материалы (бланки заказов и рекламную продукцию). Он же занимается приемом заказов от покупателей по телефону и в торговом зале офиса, контролирует деятельность склада, следит за отгрузкой товара и возвратами от покупателей, организационными вопросами, анализом деятельности. Информационные связи отдела закупок и сбыта.  
На рассматриваемом предприятии есть водитель для доставки товаров. В его обязанности входит доставка оборудования и инкассация средств за товар.  
Отношения между отдельными местами и задачами характеризуются отношениями подчиненности сверху и снизу, или отношениями по горизонтали.  
Разработкой и созданием компьютерных систем автоматизации бухгалтерского учета занимается большое количество специализированных фирм.  
Предлагаемые на рынке программные средства можно разделить по выполняемым функциям на три большие группы:  
программы, реализующие функции финансового (синтетического) учета и формирования финансовой отчетности; программы, комплексно реализующие функции финансового и управленческого учета на малом предприятии;  
программы, реализующие функции отдельных участков учета, преимущественно управленческого (учет основных средств, учет оплаты труда, учет материальных ценностей и т.п.) для средних и крупных предприятий. Первые две группы программ предназначены для малых предприятий, которые характеризуются небольшими объемами работ по ведению бухгалтерского учета. На этих предприятиях основной объем работ приходится на финансовый учет (на ведение счетов бухгалтерского учета и формирование отчетности), а на ведение управленческого учета (учета затрат на производство приходится меньше времени). Это дает возможность упростить часть программы, связанную с управленческим учетом.

Сотрудники розницы ООО «Евросеть-Ритейл» - основная движущая сила компании, от их работы зависит развитие компании, рост продаж и продвижение брэнда «Евросеть». Благоприятные условия труда и отдыха сотрудников розницы - это благоприятное развитие компании. Поэтому руководство компании старается обеспечивать своих сотрудников социальной обеспеченностью и комфортом.[[10]](#footnote-10) Тем более это стало актуально после перевода на полностью сдельную оплату труда сотрудников розницы (методика личных продаж).

#### **2.2 Характеристика основного рабочего места магистранта**

Местом прохождения практики является один из Тверских салонов «Евросеть», расположенный на проспекте Ленина д.43. Основное рабочее место состоит из стола с кассой, а также другим техническим оборудованием для обслуживания клиентов и, непосредственно, зала с витринами, на которых представлен основной ассортимент товаров. В помещении магазина светло и чисто, имеется хорошая звукоизоляция, отсутствуют посторонние предметы, зал своевременно моет сотрудник, с интервалом в 3 часа.

На рабочем столе распложены печати, канцелярские предметы, брошюры для клиентов, принтер, компьютер, кассовый аппарат, банковский терминал. В столе находятся пронумерованные ключи от витрин. На стене за рабочим столом представлены вывески с действующими акциями, а также сим-карты с тарифами от двух сотовых операторов: Мегафон и Билайн. В обязанности практиканта входило: раскладка товара, консультирование клиентов по ассортименту и вопросам связи.

### **2.3 Кадровое, информационное обеспечение деятельности организации**

Для качественной работы сотрудников розничной торговли в компании разработаны разнообразные должностные инструкции, регламентирующие работу менеджеров по продажам, методические пособия по всем видам деятельности менеджера и ассортименту компании.[[11]](#footnote-11) Эти и прочие учебные материалы постоянно обновляются и воспользоваться ими может любой сотрудник на своем рабочем месте. Все материалы, касающиеся компании, работы и даже досуга сотрудников, доступны на корпоративном портале компании. Данный портал содержит всю информацию по компании: деятельность Про-Сервиса (там можно помотреть на какой стадии находятся ремонтирующиеся товары), новые назначения, инструкции и методические пособия, деятельность Благотворительного фонда, программа «Евродисконт». С помощью портала каждый сотрудник (под своим номером и паролем) имеет возможность контролировать свою заработную плату/начисления по дням, сдавать тестирования, отслеживать результаты корпоративных конкурсов и личный рейтинг, прослеживать текущие и прошедшие акции, узнавать о рейтинге компании и изменениях в работе и управлении, задавать вопросы президенту компании, получать информацию о новинках сотовой связи, узнавать о проходящих в стране развлекательных и культурных мероприятиях. Для интеллектуального развития сотрудников «Евросети» на портале постоянно выгружаются различные литературные издания. Также на портале можно выбрать вариант корпоративной одежды и в дальнейшем его заказать. Для свободного общения и самовыражения существует другой корпоративный сайт - «ЕвроВсе», где сотрудники «Евросети» общаются, обмениваются информацией, ведут блоги, развлекаются.

Кроме этого, на почтовые ящики каждой торговой точки ежедневно приходят информационные письма с нововведениями, начинающимися акциями, статистикой продаж. Читая их, работник всегда осведомлен, предупрежден, «вооружен».

Ip-телефония позволяет сотрудникам «Евросети» общаться и обмениваться информацией, получать указания и консультации.

Для работы с проблемами компьютерного и программного обеспечения, технического и хозяйственного обеспечения, благоустройства существует специальная служба - Help Desk. Связаться с ними можно как по Ip-телефонии (путем набора 555), так и с помощью портала Help Desk.

На каждой торговой точке имеется стационарный городской телефон, принтер, сканер, терминал, несколько компьютеров, веб-камеры. Рабочее место удобно и практично оборудовано, имеются подсобные и санитарные помещения. Техническое оснащение, как правило, соответствует всем требованиям работы. В противном случае, у сотрудника всегда есть возможность обратиться в службу Help Desk, где рассмотрят и обработают потребности работника.

Таким образом, руководство компании обеспечивает удобную, качественную работу своих сотрудников, как офиса, так и торговли. У каждого сотрудника «Евросети» имеются все возможности для успешной работы, а коммуникативные барьеры отсутствуют. Отбор кандидатов при трудоустройстве очень жесткий, но оправданный. Он состоит из нескольких этапов:

* Предоставление резюме.
* Прохождение собеседования.
* Прохождение учебного тренинга. Благодаря тренингу будущий специалист получает информацию о компании и своих будущих обязанностях, осваивает технику продаж и психологические приемы общения, узнает об ассортименте компании, анализирует будущую должность и свои предстоящие обязанности.
* Стажировка в качестве менеджера по продажам непосредственно в салоне. Длиться 2 дня. Во-первых, на практике человек анализирует предстоящую работу, принимая или отвергая ее таким образом по истечению практики. Во-вторых, руководители (старшие продавцы и директора магазинов) анализируют работу будущего сотрудника, выявляя в нем перспективы развития.
* Проходной экзамен в виде игры. Выявляет, чему из рассказанного научился кандидат и может ли он претендовать на должность. По прохождению экзамена с кандидатом оформляется трудовой договор. Далее уже свежий специалист обязан в течение полугода пройти двойную систему экзаменов. Экзамены охватывают не только всю деятельность менеджеров по продажам, но и ассортимент компании, технику продаж. В итоге, человек проходит путь: кандидат-стажер-продавец-консультант 2 категории-продавец-консультант 1 категории. Обучение и тренинги проводятся профессиональными тренинг-менеджерами, учебный материал предоставляется. Есть возможность пересдать экзамены. Таким образом, к работе допускаются только специалисты.

Также в компании постоянно проводится переаттестация сотрудников на предмет их профпригодности и знания текущих акций компании. Раз в полгода тренинг-менеджеры проводят дополнительные обучения сотрудников, а партнеры компании обучают работников в своих тренинг-центрах.

### **Обобщение результатов и подведение итогов**

"Евросеть" - крупнейшая компания, работающая на российском рынке сотового ритейла, ведущий дилер крупнейших операторов связи.

На будущее в планы организации входит открыть 75 новых салонов связи по России.

Как видно, в Приложении Б за 2017 год популярность брендов среди смартфонов и другой портативной техники потерпела изменения. Стали терять своё лидирующее положение такие гиганты как Samsung и Apple, возможно потому, что в период кризиса и удорожания их новых флагманов, клиенты стали чаще экономить, переходя на китайскую портативную технику, которая имеет тот же функционал, но при этом в ценовой категории представляют более низкую стоимость. Компания вовремя заметила желание потребителя перейти на китайские флагманы и поэтому уже в 2016 году на её прилавки поступили такие производители как Huawei и Xiaomi. Это был верный ход, по итогам 2017 года можно заметить серьезный рост спроса на технику китайских компаний.

Структуриро­вание организации в соответствии с основными направлениями ее деятель­ности функциональное, благодаря централизации на высшем уровне принятия решений по исполнению соответствующих функций, обеспечивается стратегическая направленность процесса управления. [[12]](#footnote-12) Формируются нужные обстоятельства для централизации текущего управления и контроля за реализацией стратегических установок и итерации, а то есть, текущих и задач на перспективу.[[13]](#footnote-13) На базе максимальной рационализации структуры управления гарантируется его высочайшая экономичность, надежность коммуникации, и исключается дублирование отдельных функций. Формируется возможность поддерживать высочайшие качество работы за счет сосредоточения в консультативных отделениях специалистов, занятых подготовкой управленческих заключений в соответствующей сфере работы.

У ООО «Евросеть-ритейл» существуют минусы и плюсы как внутри организации, так и на внешней стороне.

К достоинствам можно отнести:

1) высокое качество достигается за счет индивидуального подхода к требованиям клиентов

1) качество обслуживания покупателей – заключается в персональном подходе каждому покупателю.

2) возможность продавать определенные группы товаров по наиболее низкой цене, благодаря заключенным договорам на закупку крупных оптовых партий товара.

3) комплексная автоматизация магазина

4) салоны компании распределены по городам в удобных для граждан локациях

5) Сильной стороной предоставленной продукции является присутствие обширной товарной группы, не считая продуктов здесь можно приобрести все непродовольственные товары основной надобности.

6) хорошее соотношение цены и качества продаваемого товара

7) круглосуточный режим работы.

Минусы предприятия:

1) сравнительно большие цены на импортируемый товар

2) слабый контроль над построением планов компании

3) несовершенства в рекламной сфере

4) непродуманное предоставление услуг организации

5) проблемы в системе контроля и управления

6) Сравнительным недочетом проявляется отсутствие собственного производства, так как большинство магазинов по продаже портативной техники выпускают технику и аксессуары под собственной маркой.

Общее управление и маркетинг находятся примерно на одном уровне: маркетинговая политика в системе сервиса, распределения, продвижения услуг, сбыта, рекламы проводится на предприятии на высоком уровне высококвалифицированными специалистами – маркетологами. Особое внимание необходимо уделить развитию этих трех компонентов.

### **Библиографический список**

1. Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / М.И. Баканов - М.: Экономика, 2015. – 176 с.
2. Балакирев, С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом / С.В. Балакирев //Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – №5.– С.57-66.
3. Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк - Киев: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 2015. – 263 с.
4. Бухаркова, О.В. Управление продажами / О.В. Бухаркова, Е.Г. Горшкова. – СПб: Речь, 2014. – 333 c.
5. Вердиева, Ю.Н. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 080503.65 "Антикризисное управление" / Ю.Н. Вердиева; Дальневост. федер. ун-т, Шк. экономики и менеджмента. – [2-е изд. перераб. и доп.]. – Владивосток: ДВФУ, 2014. – 311 с.
6. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 2015. – 305 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. – М.: Вильямс, 2014. – 488 с.
8. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Н.Г.Каменева, В.А.Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 437 с.
9. Прингл Х. Энергия торговой марки / Х. Прингл, М.Томпсон. – СПб: Питер, 2015. – 288 c.
10. Пузиков, В.Г. Технология тренинга продаж / В.Г. Пузиков. – СПб: Речь, 2013. – 256 c.
11. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /Г.В. Савицкая. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2015. – 498с.
12. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб: Питер, 2014. – 352 c.
13. Эванс Дж.Р. Маркетинг / Эванс Дж.Р., Берман Б. – М.: Экономика, 2016. – 352 c.
14. Сбыт в системе маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.my-market.ru/market\_\_172.html
15. Мегафон и ВымпелКом. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://hitech.newsru.com/article

### **ПРИЛОЖЕНИЕ А**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | Ед. изм. | 2016 | 2017 | Изменение +/- | % |
| 1 | Товарооборот (без НДС) | Тыс. руб. | 83611,5 | 93901,2 | 10 289,70 | 12,30 |
| 2 | Издержки обращения | Тыс. руб. | 63 544,50 | 70 425,40 | 6 880,90 | 10,82 |
| 3 | Стоимость основных фондов | Тыс. руб. | 3637,2 | 3945,45 | 308,25 | 8,51 |
| 4 | Численность работников | Чел. | 346 | 359 | 13,00 | 4,02 |
| 5 | Фонд оплаты труда | Тыс. руб. | 28 314 | 29 798,00 | 1 484,00 | 5,23 |
| 6 | Балансовая прибыль  (с.1 - с.2) | Тыс. руб. | 20 066,00 | 23 473,80 | 3 407,80 | 16,98 |
| 7 | Наценка (с.6/с.2) х100 | % | 30,58 | 33,33 | 2,75 | х |
| 8 | Удельная рентабельность (с.6/c.1) х100% | % | 23,00 | 24,00 | 1,00 | х |
| 9 | Производительность труда (с.1/c.4) | Руб./чел. | 239,96 | 258,12 | 18,16 | 7,94 |
| 10 | Фондоотдача (с.1/с.3) | Руб./руб. | 21,98 | 22,78 | 0,80 | 3,50 |

### **ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Компания-производитель | Доля в объеме продаж % за 2015год | Доля в объеме продаж % за 2016 год | Доля в объеме продаж % за 2017 год |
| Samsung | 25% | 23% | 21% |
| Apple | 20% | 17% | 15% |
| ZTE | 5% | 7% | 6% |
| Lenovo | 12% | 8% | 8% |
| Alcatel | 5% | 7% | 5% |
| Fly | 4% | 6% | 5% |
| Microsoft | 7% | 4% | 6% |
| Huawei | 0% | 8% | 13% |
| Xiaomi | 0% | 9% | 13% |
| Другие компании | 22% | 11% | 8% |

1. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Н.Г.Каменева, В.А.Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – с.45 [↑](#footnote-ref-1)
2. Мегафон и ВымпелКом. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://hitech.newsru.com/article [↑](#footnote-ref-2)
3. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /Г.В. Савицкая. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2012. – С.47   [↑](#footnote-ref-3)
4. Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / М.И. Баканов - М.: Экономика, 2015. – С.45 [↑](#footnote-ref-4)
5. Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / М.И. Баканов - М.: Экономика, 2015. – С.45 [↑](#footnote-ref-5)
6. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /Г.В. Савицкая. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2015. – с. 56.   [↑](#footnote-ref-6)
7. Пузиков, В.Г. Технология тренинга продаж / В.Г. Пузиков. – СПб: Речь, 2013. – 256 c. [↑](#footnote-ref-7)
8. Прингл Х. Энергия торговой марки / Х. Прингл, М.Томпсон. – СПб: Питер, 2015. – с. 288 [↑](#footnote-ref-8)
9. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 2015. – с.75 [↑](#footnote-ref-9)
10. Пузиков, В.Г. Технология тренинга продаж / В.Г. Пузиков. – СПб: Речь, 2013. – с.79 [↑](#footnote-ref-10)
11. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб: Питер, 2014. – с. 78 [↑](#footnote-ref-11)
12. Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк - Киев: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 2015. – с. 63 [↑](#footnote-ref-12)
13. Бухаркова, О.В. Управление продажами / О.В. Бухаркова, Е.Г. Горшкова. – СПб: Речь, 2014. – с. 33 [↑](#footnote-ref-13)