

Содержание

Введение	3
1. Общие сведения о предприятии	4
1. Материально-техническая база предприятия.....	5
2. Экономическая служба (планирование, анализ, финансы).....	5
3. Система товароснабжения на предприятии	9
4. Складское хозяйство предприятия	11
5. Служба сбыта (маркетинг)	12
Заключение	21

Введение

Коммерческая деятельность – широкое и сложное понятие, которое включает в себе комплекс приемов и методов, обеспечивающих максимальную выгоду любой торговой операции для каждого из партнеров при учете интересов конечного потребителя.

Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. Эта цель в равной степени важна как для организаций и предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке товаров и услуг.

Управление коммерческой деятельностью нельзя отделить от системы управления торговым предприятием, которое выполняет еще и функции, связанные с технологической, экономической и финансовой деятельностью. Следовательно, при построении структуры управления коммерческой деятельностью необходимо учитывать взаимодействие и соподчиненность всех составляющих элементов, образующих целостную систему управления торговым предприятием.

Целью прохождения преддипломной практики явилось закрепление в практической деятельности знаний, умений и навыков, полученных в процессе обучения, а также сбор информации для диплома на тему «Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли».

Задачи преддипломной практики:

- ознакомиться с предприятием;
- изучить материально-техническую базу предприятия;
- ознакомиться с экономической службой предприятия;
- исследовать систему товароснабжения на предприятии;
- изучить складское хозяйство предприятия;
- исследовать службу сбыта (маркетинга) на предприятии.

Преддипломная практика проходила в ООО «Лига-К».

1. Общие сведения о предприятии

ООО «Лига-К» работает на российском рынке компьютерной техники с 1993 года. За период работы фирма сумела завоевать широкий круг постоянных клиентов и зарекомендовала себя как надежного партнера в бизнесе. Все эти годы продукция фирмы успешно пользовалась спросом, как со стороны московских клиентов, так и со стороны покупателей из различных регионов.

Организационно правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью.

Местонахождение общества: Российская Федерация, 123052 г.Москва, ул. Нарымская, д. 10.

Уставный капитал на 01.01.2005 составил 100 тыс.руб.

Основной профиль деятельности - ноутбуки, комплектующие, рабочие станции, серверы, профессиональное и промышленное оборудование. Имеется огромный выбор периферийных устройств: мониторов, принтеров, сканеров, цифровых камер, комбинированных устройств. Также фирма предлагает различное офисное оборудование: телефоны, факсы, копиры и многое другое.

Все это позволяет компании ориентироваться на достаточно широкий, и в то же время, постоянно растущий сегмент рынка.

«Лига-К» – относительно молодая компания, но успешное продвижение на рынке предлагаемых товаров и услуг ставит фирму в один ряд со многими известными оптовыми компаниями, а постоянный рост объема продаж и клиентской базы, показывает правильность выбранной политики и принципов работы.

В компании трудится дружный коллектив профессионалов, главный принцип которых – клиент всегда прав. Компания мобильна и быстро реагирует на любые изменения рынка и потребностей своих клиентов.

В компании постоянно ведется работа по улучшению качества предоставляемых услуг и упрощению схемы продажи.

Основной принцип в работе с клиентом - достижение партнерских взаимоотношений, направленных на долгосрочное и эффективное

сотрудничество.

ООО «Лига-К» является юридическим лицом по законодательству РФ и действует на основании самофинансирования и самоокупаемости, обладает обособленным имуществом, имеет самостоятельный баланс, заключает от своего имени договора, приобретает имущественные и личные неимущественные права и несет обязанность, быть истцом и ответчиком в суде, арбитраже и третейском суде.

ООО «Лига-К» несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

В своей деятельности руководствуется действующим законодательством, Уставом и решениями Собрания учредителей.

ООО «Лига-К» самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается полученной прибылью, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей. Самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития, исходя из спроса на продаваемую продукцию, услуги и необходимости обеспечения коммерческого и социального развития.

Формированием финансовых ресурсов ООО «Лига-К» являются прибыль, амортизационные отчисления, паевые вклады Участников Общества, а также кредиты и другие поступления, не противоречащие закону. ООО «Лига-К» осуществляет все виды расчетных, кредитных и кассовых операций и несет полную ответственность за соблюдение кредитных договоров и расчетной дисциплины.

2. Материально-техническая база предприятия

Для осуществления хозяйственной деятельности на коммерческой

основе торговое предприятие располагает надлежащей материально-технической базой, которая представляет собой совокупность материально-вещественных ценностей - основные производственные фонды и технологии производственных процессов.

Размер и составляющие материально – технической базы компании представлены в таблице 1. Графически данные вышеназванной таблицы представлены на рисунке 1.

Таблица 1

Размер и составляющие материально-технической базы фирмы

Показатели	Сумма, руб.	Доля, %
мультимедийный компьютер, принтер и сканер	30 000	67
кассовый аппарат	5 000	22
офисная мебель	10 000	11
Всего	45 000	100

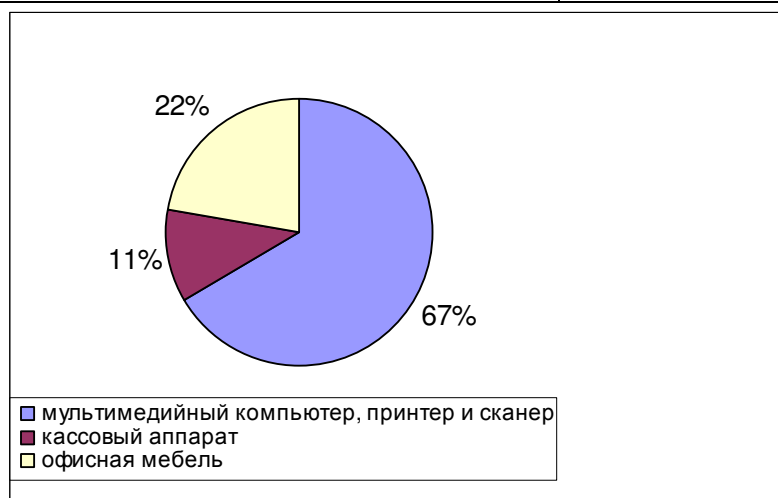


Рис. 1. Структура материально-технической базы фирмы

Офис и склад ООО «Лига-К» арендует, данное имущество учитывается на балансе у арендодателя.

Склад имеет закрытую конструкцию, размещается в отдельных помещениях. Склад ООО «Лига-К» индивидуального пользования, предназначен для хранения товаров одного предприятия. По степени механизации складских операций ООО «Лига-К» относится к немеханизованному складу. Товар поставляется автомобильным

транспортом. Склад выполняет следующие функции:

- временное размещение и хранение материальных запасов;
- преобразования материальных потоков;
- обеспечение логистического сервиса в системе обслуживания.

2. Экономическая служба (планирование, анализ, финансы)

Основные технико – экономические показатели ООО «Лига-К» представлены в табл. 2.

Таблица 2

Технико-экономические показатели ООО «Лига-К»

Показатели	2003г., тыс. р.	2004г., тыс. р.	Отклонения, тыс. р.	Темпы роста, %
1. Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, услуг (за минусом НДС, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей)	1177	2927	+1750	248,68
2. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	587	1129	+542	192,33
3. Валовая прибыль	590	1798	+1208	304,75
4. Коммерческие расходы	506	955	+449	188,74
5. Прибыль от продаж	84	843	+759	1003,57
6. Прибыль до налогообложения	182	843	+661	463,19
7. Чистая прибыль	136	770	+634	566,18
8. Среднегодовая стоимость основных средств	448	799	+351	178,35

Как видно из табл. 2 за 2004 г. произошло существенное увеличение величин показателей хозяйственной деятельности предприятия, особенно возросла прибыль от продаж (темпы ее роста составили 1003,57%).

Это свидетельствует как об эффективности продаж, в частности, так и, в общем, о положительной динамике в развитии предприятия.

Таблица 3

Показатели эффективности деятельности предприятия

Показатели	2003г., тыс. р.	2004г., тыс. р.	Отклонения	Темпы роста, %
------------	--------------------	--------------------	------------	-------------------

1. Фондоотдача	1,31	1,41	+0,1	107,63
2. Фондоемкость	0,76	0,71	-0,05	93,42
3. Оборачиваемость активов, оборот	2,63	3,66	+1,03	139,16
4. Рентабельность продаж, %	7,14	28,8	+21,66	403,36
5. Экономическая рентабельность (рентабельность активов), %	18,75	105,51	+86,76	562,72

Из полученных данных табл. 3 очевидно, что произошел рост всех рассмотренных показателей хозяйственной деятельности предприятия. Особо следует выделить большой рост величины показателя рентабельности активов, что говорит об эффективном использовании основных средств в ООО «Лига-К».

3. Система товароснабжения на предприятии

Предприятие вначале определяет потребность в товаре. Затем осуществляется поиск наиболее подходящего поставщика. После заключения с поставщиком договора осуществляется поставка товара на склад. На складе товар разгружают и проверяют на соответствие количеству и качеству. При

расхождении составляется акт приемки товара, где указываются все претензии. В этом случае товар может быть возвращен, поставщик может заменить или допоставить товар.

После этого товар отправляется к месту хранения. На полученные заказы от покупателей оформляются документы для доставки, отгрузки и оплаты товара каждому заказчику и документ на загрузку машины на складе. На складе производится подсортировка заказа и погрузка. После чего товар доставляется в магазины.

Приемка товара в розничной точке производится по той же схеме, что и на складе. Покупатель принимает товар или его часть. Не годный товар не принимается или заменяется.

Помимо товарных потоков не менее важное значение имеют финансовые потоки. Очень важно контролировать задолженность получателей и задолженность перед поставщиками для оптимального управления денежными средствами. Предприятие работает с поставщиками по договорам купли-продажи, консигнации и комиссии. В случае договора купли-продажи задолженность перед поставщиком возникает в момент указанный в договоре. Это может быть и предоплата, и оплата по факту, и оплата в рассрочку. В случае договора консигнации или реализации товар не переходит в собственность покупателя и задолженность перед поставщиком возникает по мере реализации товара.

Движение документов, относящихся к основной деятельности можно описать следующими потоками. Договора с покупателями заключаются агентами в самих магазинах и хранятся в офисе. Заказы от покупателей принимают также агенты непосредственно в магазине или по телефону. После этого заполненные бланки заказов поступают в отдел выписки документов. На основании заказов формируются документы на доставку и оплату покупателям. При выписке документов производится контроль задолженности покупателя перед предприятием на данный момент. В случае превышения задолженности критической суммы документы не выписываются, а информация об этом

доводится до менеджеров по работе с покупателями. Также формируется документ на отгрузку товара со склада на каждую машину.

После развоза товаров по магазинам экспедиторы привозят на склад не принятые и возвращенные товары. Документы, подтверждающие это, сдаются в отдел бухгалтерию, где производится выписка документов для сдачи товаров на склад. Выручка (если оплата товара производится наличными) сдается в кассу.

Что касается закупок, то принятие решений по закупке товара осуществляется коллегиально. После чего финансовый директор дает указание менеджеру по сбыту изучить рынок предложений данного товара и определить наиболее выгодного поставщика. После чего производится анализ спроса. В результате этих манипуляций принимается окончательное решение о закупке товара или продолжении поиска наиболее выгодных вариантов.

4. Складское хозяйство предприятия

Правильно организованный технологический процесс работы предприятия должен обеспечить:

- четкое и своевременное проведение количественной и качественной приемки продукции;

- эффективное использование средств механизации погрузочно-разгрузочных и транспортно-складских работ;
- рациональное складирование товаров, обеспечивающее максимальное использование складских объемов и площадей, а также сохранность товаров и других материальных ценностей;
- выполнение требований по рациональной организации работы зала товарных образцов, складских операций по отборке товаров с мест хранения, комплектованию и подготовке их к отпуску;
- четкую работу экспедиции и организацию централизованной доставки товаров покупателям;
- последовательное и ритмичное выполнение складских операций, способствующее планомерной загрузке работников склада, и создание благоприятных условий труда.

Совокупность складских технологических операций о разгрузке, перемещению, распаковке, приемке, размещению, укладке, хранению и отпуску товаров составляет содержание внутрискладского технологического процесса.

Складское помещение ООО «Лига-К» арендует, данное имущество учитывается на балансе у арендодателя.

Склад имеет закрытую конструкцию, размещается в отдельных помещениях. Склад ООО «Лига-К» индивидуального пользования, предназначен для хранения товаров одного предприятия. По степени механизации складских операций ООО «Лига-К» относится к немеханизированному складу. Товар поставляется автомобильным транспортом.

Склад выполняет следующие функции:

- временное размещение и хранение материальных запасов;
- преобразования материальных потоков;
- обеспечение логистического сервиса в системе обслуживания.

Рациональная организация складского процесса основывается на

соблюдении следующих основных принципов:

- механизации и автоматизации технологических операций;
- оптимального использования площади и емкости складских помещений;
- организации сквозного "прямоточного" товарного потока;
- плановости и ритмичности складских работ;
- полной сохранности товаров.

Всеми операциями по движению товаров на складе ООО «Лига-К» руководит товаровед, являющийся одновременно и материально ответственным лицом. С учетом возможного большого количества одновременно производимых операций, связанных с приемкой и отпуском товаров, структурно возможно деление материально ответственного персонала склада, работающего непосредственно с товарами (грузами) на следующие группы: приемки, комплектации, отпуска (отгрузки), инвентарного контроля.

При приеме на работу с данным персоналом заключают договора о полной индивидуальной материальной ответственности. Освобождение любого материально ответственного лица от работы осуществляется только после сплошной инвентаризации и передачи материальных ценностей другому лицу.

Основу технологии складского процесса составляет рациональное построение, четкое и последовательное выполнение складских операций, постоянное совершенствование организации труда и технологических решений, эффективное использование подъемно-транспортного и технологического оборудования.

5. Служба сбыта (маркетинг)

В отделе закупок и сбыта ООО «Лига-К» работают 5 менеджеров. Задачи этого отдела являются наиболее важными:

- 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, приемку товаров, слежением за товарными запасами. Менеджер по работе с покупателями решает вопросы, связанные с качеством товаров и предоставляемых услуг, вырабатывает политику поддержания связей с покупателями, следит за расчетами с покупателями. Менеджер по сбыту координирует действия торговых агентов. Занимается приемом их на работу, увольнение, начислением зарплаты, контролирует качество их работы, готовит необходимые материалы (бланки заказов и рекламную продукцию). Он же занимается приемом заказов от покупателей по телефону. Менеджер по доставке контролирует деятельность экспедиторов, следит за отгрузкой товара и возвратами от покупателей. Еще один менеджер занимается организационными вопросами, анализом деятельности, т.е. «на подхвате» (если можно так выразиться).

Принципы формирования ассортимента в ООО «Лига-К»:

- обеспечение достаточной широты и глубины ассортимента;
- обеспечение устойчивости ассортимента;
- обеспечение условий рентабельной деятельности ассортимента.

Коэффициент устойчивости ассортимента в ООО «Лига-К» составляет 0,94. Это значение достаточно высоко. Устойчивый ассортимент товаров обуславливает сокращение затрат времени покупателей на поиск товаров, позволяет стандартизировать все важнейшие торгово-технологические процессы и операции, организовывать их выполнение с минимальными

затратами трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Сроки и стоимость доставки: при заказе на сумму более 15000 рублей - доставка бесплатна, при меньшей сумме - 200 рублей в пределах МКАД, за пределами МКАД 10 рублей за каждый км. При составлении заказа покупатель может указать удобные ему дату и время доставки. Максимальный срок доставки товара два рабочих дня с момента оформления заказа.

Ценовая политика: фирма проводит тщательный и регулярный мониторинг цен основных конкурентов и старается держать свои цены немного ниже (или значительно, в зависимости от наименования). Таким образом, ООО «Лига-К» удается держать марку одной из самых доступных по ценам фирм.

Форма и порядок оплаты: оплата осуществляется двумя способами. Первый способ - оплата наличными. Экспедитор фирмы привозит покупателю заказанный товар, выдает все необходимые документы, принимает деньги и отпускает технику. Второй способ - оплата по безналичному расчету. Эта форма оплаты наиболее удобна для организаций.

Гарантия: на системные блоки ООО «Лига-К» распространяется фирменная гарантия один год. На продукцию других производителей (мониторы, принтеры и др.) распространяется гарантия фирм производителей.

Скидки: предоставляются скидки в зависимости от суммы единовременной покупки. Для постоянных клиентов предусмотрены именные скидки, размер которых оговаривается отдельно, а также подарки.

Доставка по России осуществляется по предоплате: - авиа, ж/д транспортом, почтой, курьером до двери. Стоимость доставки зависит от выбранной формы оплаты, веса товара и от региона доставки. Авиа или ж/д доставки осуществляется транспортной компанией до аэропорта или до ж/д станции указанного города, о чем покупатель получит уведомление от транспортной компании. На весь товар оформляется страховка, стоимость которой включена в стоимость доставки.

Примерное наличие товара на складе и ожидаемые транзиты всегда можно увидеть на сайте компании. Более точную информацию могут получить

только зарегистрированные дилеры в закрытой дилерской зоне или от своего личного менеджера. Товар можно зарезервировать в любой момент. Срок резерва не более 5 рабочих дней. При этом в отличие от многих фирм, которые в момент резервирования фиксируют цену на товар, ООО «Лига-К» идет навстречу клиентам в случае резкого понижения рыночной цены. При отпуске товара цена корректируется в зависимости от рынка. В случае повышения цены, покупатель получит ту цену, которая была обещана ему при резервировании.

Сервисный центр: сданная в ремонт техника тестируется, чинится, и возвращается в течение 2 недель. В случае невозможности восстановления она будет обменена на новую, или по согласованию с сотрудниками гарантийного отдела ее цена будет зачислена на баланс покупателя. В решении порой неприятных ситуаций с гарантийным браком компания старается идти навстречу клиентам.

Рекламная поддержка: Своими рекламными материалами компания безвозмездно делится с дилерами. Также компания постоянно проводит собственные акции.

Работа с дилерами московскими и региональными - является основным направлением работы компании. Розничная торговля осуществляется только через Интернет-магазин.

В настоящее время дилеры ООО «Лига-К» работают во многих городах России, и компания продолжает активный поиск новых партнеров. Компания работает с крупными фирмами и компаниями среднего звена. Круг интересов не ограничивается одним Московским регионом. У компании развитая региональная сеть, которая постоянно расширяется.

Оптовые продажи в регионы являются приоритетными.

Компания торгует продукцией таких фирм, как: Microstar International, Elitegroup Computer Systems, TYAN Computer Corporation, Crucial Technology (A Division of Micron), Matrox, 3DLabs Corp. , LSI Logic Corp. , Sapphire Technology, Thermaltake Inc. А также процессоры Intel и AMD, телефоны DECT

Panasonic, сотовые телефоны различных производителей, видеокарты ASUS, Gigabyte, no name, память Kingston, Samsung, TFT мониторы.

ООО «Лига-К» работает с достаточно большим количеством поставщиков, но основная их часть это крупные оптовые фирмы, которые зарекомендовали себя на рынке с положительной стороны. Систематическое изучение торговой конъюнктуры, установление постоянной связи с поставщиками позволяют своевременно определять изменение конъюнктуры рынка, изучать производственные возможности расширения ассортимента выпускаемой продукции. Все это дает возможность предъявлять поставщикам более обоснованные требования в отношении количества, качества, ассортимента товаров.

Для рекламы товара предприятие использует следующие рекламные средства:

- реклама в прессе;
- реклама по радио (1 день в неделю);
- наружная реклама - плакаты на щитах.

Цели рекламного воздействия:

- привлечь внимание потенциального Потребителя,
- пробудить интерес Потребителя,

Хорошая реклама не только сформирует в сознании адресата представление о продукции, создаст рекламный образ, но и пробудит в нем желание воспользоваться им или ею. Это, в конечном счёте, и есть её главная задача.

Взаимодействие со СМИ осуществляется через статьи о достижениях и проблемах предприятия, пресс-конференции, встречи с журналистами.

Целью *развития персонала* в ООО «Лига-К» является повышение кадрового потенциала предприятия.

Подготовка кадров и повышение их квалификации происходит в средних специальных и высших учебных заведениях, на различных курсах,

через институты и факультеты повышения квалификации руководящих кадров. Сотрудникам, желающим повысить свой образовательный уровень и квалификацию, гарантирован карьерный рост, при этом обучение проходит за счет средств предприятия.

Стимулирование сбыта как форма маркетинговых коммуникаций представляет собой систему побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара.

Основными целями проведения мероприятий по стимулированию продаж в ООО «Лига-К» являются:

- увеличение числа покупателей (в том числе постоянных) и количества приобретаемого товара,
- ускорение оборачиваемости товара;
- устранение излишних товарных запасов,
- увеличение товарооборота,
- увеличение числа приобретаемых одним покупателем хорошо известных ему товаров.

Выбор методов стимулирования зависит от того, кто является инициатором проведения мероприятий, каковы цели проведения подобных мероприятий, к каким свойствам товара следует привлечь внимание покупателей.

Одним из вариантов улучшения коммерческой деятельности ООО «Лига-К» является обращение его в некую фирму, которая оказывает консультационные услуги и предлагает программу повышения эффективности деятельности торговых предприятий. Предлагаемая программа способствует повышению устойчивости фирмы на рынке, что очень актуально в условиях резко возрастающей конкурентности рынка оптовой торговли.

Цели составления и реализации данной программы:

- повышение товарооборота в 1,3 – 2,5 раз;

- повышение прибыльности;
- повышение мотивации и эффективности работы персонала, внедрение системы контроля и учета с ликвидацией недостатков;
- повышение управляемости персоналом и его количественная и качественная оптимизация;
- настройка ассортимента с заполнением его прибыльным и ликвидным товаром;
- обеспечение оборотными средствами (кредиты банков и инвестиционных компаний).

Программа представлена в табл. 4.

Таблица 4

Основные этапы программы улучшения коммерческой деятельности ООО «Лига-К»

Наименование вида работы	Содержание работы	Достижимые результаты по достижению этапа
1 этап. Концепция создания высокоприбыльного торгового предприятия		
1.1. Маркетинговое исследование потребительского рынка района распространения влияния ООО «Лига-К»	Анализируется общее состояние потребительского рынка, тенденции его развития, выявляются конкуренты. На фоне конкурентов происходит тестирование ООО «Лига-К»	Определяется круг основных конкурентов ООО «Лига-К», по ключевым показателям тестируется его конкурентоспособность. Формируются основные рыночные параметры для разработки будущей концепции развития магазина.
1.2. Описание технических характеристик ООО «Лига-К»	Дается краткое описание фасада и интерьера ООО «Лига-К», его площадных параметров, планировки, коммуникаций и оборудования. Приводится оценка этих характеристик.	Подготавливается основа для выявления технических ограничений в ООО «Лига-К», оказывающих влияние на разработку его концепции.
1.3. Обзор современных типов торговых предприятий, форм и технологий торговли.	Приводится краткая классификация торговых предприятий, форм и технологий торговли, рассматриваются их особенности и специфика.	Подготавливается основа для оптимального выбора формата ООО «Лига-К» и разработки его концепции.
1.4. Концепция развития ООО «Лига-К»	Дается словесное описание ООО «Лига-К»: его тип, покупательская, товарная ориентация, определяются основные ассортиментные группы, назначаются широта и глубина ассортимента и виды дополнительных производств и услуг. Производится сегментация потребителей, определяется режим работы, ценовая политика, подбираются торговые технологии и формы торговли. Дается описание необходимых к внедрению оригинальных «изюминок». Формируются требования к расста-	Концепция развития фирмы является основным руководящим документом и обычно служит техническим заданием для проектировщиков при реконструкции. Концепция служит основой высокой конкурентоспособности и прибыльности ООО «Лига-К», устойчивости его на рынке, стабильности получаемых доходов, быстроты «раскрутки» на рынке.

	новке оборудования. Задаются моменты по оформлению.	
1.5. Исследование технологических характеристик ООО «Лига-К»	Дается краткая классификация площадей, приводятся нормативные и фактические характеристики помещений. Дается их сравнительная оценка и назначаются пути оптимизации.	Подготавливается основа для разработки в соответствии с концепцией технологической схемы ООО «Лига-К».
1.6. Технологическая схема ООО «Лига-К»	Дается классификация зон торгового зала, общие сведения об оценке эффективности использования торговых площадей. Определяются основные нормативы и требования расстановки в зале торгового оборудования. Приводятся технологические схемы со спецификацией оборудования, экспликацией помещений, перечень возможных поставщиков оборудования, сравнительный анализ предложенных в работе технологических схем, а также необходимые пояснения к вариантам планировок.	На выходе 2-3 варианта реализации концепции ООО «Лига-К» в форме его технологической схемы (схемы расстановки оборудования в магазине), являющейся заданием на проектирование и поставку оборудования. В схемах также учитываются (помимо концепции) современные технологии мерчандайзинга и логистики. По предлагаемому торговому оборудованию производится оптимизация по принципу: цена-качество.
2 этап. Разработка организационной схемы управления ООО «Лига-К» и мероприятий по совершенствованию организации работы.		
2.1. Разработка эффективной системы управления	Дается краткий критический анализ существующей схемы управления, приводится информация о новых эффективных схемах управления, которые используют лучшие предприятия торговли России и мира. Проводится разработка эффективной схемы управления.	Разработанная организационная схема управления позволяет организовать эффективное управление с учетом мирового и российского опыта в этой области.
2.2. Определение штата и основных функциональных обязанностей персонала	Определяются оптимальный штат персонала, основные функциональные обязанности (или разрабатываются должностные инструкции для персонала), дается матрица распределения полномочий и ответственности между работниками.	Является основой для разработки положения об оплате труда и стимулирования работников магазина. Руководитель предприятия получает современную систему управления качеством и количеством труда на предприятии.
2.3. Разработка эффективной системы оплаты труда и стимулирования	Дается критический анализ существующей системы оплаты труда и мотиваций, приводится краткий обзор достижений в этой области в РФ и мире, дается разработка наиболее эффективной системы оплаты труда и стимулирования персонала.	Является основой для разработки положения об оплате труда и стимулирования работников. Руководитель предприятия получает современную систему управления качеством и количеством труда на предприятии.
2.4. Разработка мероприятий по построению плана рекламной стратегии	Даются цели, задачи и основные принципы рекламы, особенности плана и рекомендуемые этапы рекламной стратегии.	Является основой для создания плана рекламной стратегии. Позволяет в наиболее краткий срок внедрить разработанные рекомендации и добиться высокоприбыльной работы.
2.5. Разработка рекомендуемой номенклатуры товаров	Разрабатывается в печатном или электронном виде полная номенклатура товаров, рекомендуемых к продаже. В нем выделяются основные и второстепенные товарные позиции. Отмечается спектр наиболее популярных и ходовых продуктов.	Для работы торгово-управленческого персонала готовый многостраничный документ (информационная база), позволяющий управлять широтой и глубиной ассортимента, оптимизировать его по различным характеристикам.
2.6. Оформление	Даются рекомендации по	Является инструкцией по применению

торгового зала. Мерчандайзинг. Профессиональные советы продавцам.	внутреннему информационному оформлению торгового зала. Даются материалы по экспресс-обучению продавцов некоторым основам профессиональной деятельности. Приводятся рекомендации по психологической «настройке» продавцов на покупателя.	современных технологий по организации, способам выкладки товаров и информированию покупателей. Дополнительно даются готовые «Памятки» для продавцов двух типов: «Профессиональные советы продавцу» и «Психологическая «настройка» продавца».
2.7. Выбор поставщиков, рекомендации по организации работы с поставщиками	Подбираются наиболее крупные и известные поставщики товаров по различным группам и рекомендуются принципы организации работы с ними. Даются координаты местонахождения поставщиков.	Для работы торгово-управленческого персонала готовый многостраничный документ, позволяющий оптимизировать выбор основных поставщиков товаров.
2.8. Разработка рекомендаций по системе предотвращения потерь и безопасности	Рассматриваются общие моменты потерь, возникающих в ООО «Лига-К», приводятся классификация потерь и существующие способы борьбы с ними. Разрабатываются основы программы предотвращения потерь.	Дается основа для разработки Программы по предотвращению потерь и безопасности. Предоставляются типовые внутренние документы по данной программе. Внедрение данной программы позволяет минимизировать потери (включая недостачи) до уровня 0,1-0,5% от товарооборота.

Заключение

Преддипломная практика проходила в ООО «Лига-К».

ООО «Лига-К» работает на российском рынке компьютерной техники с 1993 года. За период работы фирма сумела завоевать широкий круг постоянных клиентов и зарекомендовала себя как надежного партнера в бизнесе. Все эти годы продукция фирмы успешно пользовалась спросом, как со стороны московских клиентов, так и со стороны покупателей из различных регионов.

В компании трудится дружный коллектив профессионалов, главный принцип которых – клиент всегда прав. Компания мобильна и быстро реагирует на любые изменения рынка и потребностей своих клиентов.

В компании постоянно ведется работа по улучшению качества предоставляемых услуг и упрощению схемы продажи.

Склад ООО «Лига-К» выполняет следующие функции:

- временное размещение и хранение материальных запасов;
- преобразования материальных потоков;
- обеспечение логистического сервиса в системе обслуживания.

Анализ финансового состояния ООО «Лига-К» показал, что в 2004г. произошло существенное увеличение величин показателей хозяйственной деятельности предприятия, особенно возросла прибыль от продаж (темпы ее роста составили 1003,57%). Это свидетельствует как об эффективности продаж, в частности, так и, в общем, о положительной динамике в развитии предприятия.

Ценовая политика: фирма проводит тщательный и регулярный мониторинг цен основных конкурентов и старается держать свои цены немного ниже (или значительно, в зависимости от наименования). Таким образом, ООО «Лига-К» удается держать марку одной из самых доступных по ценам фирм.

Форма и порядок оплаты: оплата осуществляется двумя способами. Первый способ - оплата наличными. Экспедитор фирмы привозит покупателю заказанный товар, выдает все необходимые документы, принимает деньги и отпускает технику. Второй способ - оплата по безналичному расчету. Эта форма оплаты наиболее удобна для организаций.

Гарантия: на системные блоки ООО «Лига-К» распространяется фирменная гарантия один год. На продукцию других производителей (мониторы, принтеры и др.) распространяется гарантия фирм производителей.

Скидки: предоставляются скидки в зависимости от суммы единовременной покупки. Для постоянных клиентов предусмотрены именные скидки, размер которых оговаривается отдельно, а также подарки.

Рекламная поддержка: Своими рекламными материалами компания безвозмездно делится с дилерами. Также компания постоянно проводит собственные акции.

Основными целями проведения мероприятий по стимулированию продаж в ООО «Лига-К» являются:

- увеличение числа покупателей (в том числе постоянных) и количества приобретаемого товара,
- ускорение оборачиваемости товара;
- устранение излишних товарных запасов,
- увеличение товарооборота,
- увеличение числа приобретаемых одним покупателем хорошо известных ему товаров.

Выбор методов стимулирования зависит от того, кто является инициатором проведения мероприятий, каковы цели проведения подобных мероприятий, к каким свойствам товара следует привлечь внимание покупателей.