

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/124386>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Экономика

Оглавление

1 Отчет о практике 3

1.1 Характеристика организации 3

1.2 Организационная структура 7

1.3 Планирование работы 13

1.4 Мотивация 14

2 Индивидуальное задание 20

Задание 1 20

Задание 2 22

Задание 3 24

1 Отчет о практике

1.1 Характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью "ЭНЗЭ", именуемое в дальнейшем "Общество", создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Федеральным Законом "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Руководитель организации: генеральный директор Сапашев Багдат Нурланович.

Основным видом деятельности является «Торговля оптовая напитками»

Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании настоящего Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью "ЭНЗЭ", сокращенное наименование: ООО "ЭНЗЭ".

Общество является коммерческой организацией.

Место нахождения Общества определяется местом его государственной регистрации.

Общество зарегистрировано на неопределенный срок.

Целями деятельности Общества являются расширение рынка товаров и услуг, а также извлечение прибыли.

Главный вид деятельности компании - это продажа безалкогольной продукции: соки, прохладительные напитки, минеральная вода.

ООО «ЭНЗЭ» вправе совершать все действия, предусмотренные законом. Деятельность ООО «ЭНЗЭ» не ограничивается оговоренной в Уставе. Сделки, выходящие за пределы уставной деятельности, но не противоречащие действующему законодательству, признаются действительными.

ООО «ЭНЗЭ» является собственником принадлежащего ему имущества, включая имущество, переданное ему Участниками в собственность. ООО «ЭНЗЭ» осуществляет согласно действующему законодательству владение, пользование и распоряжение находящегося в его собственности имущества в соответствии с целями своей деятельности и назначением имущества.

Миссия компании – качественный сервис дистрибуции востребованных продуктов на рынок Москвы и московской области.

ООО «ЭНЗЭ» отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом, на которое по действующему законодательству может быть наложено взыскание.

Ассортиментный портфель компании составляет более 2000 SKU и разделен на:

- 8 товарных категорий,
- 48 брендов,
- 12 литражных групп,
- 42 поставщика.

Компания за длительный срок работы на рынке зарекомендовала себя как надежный поставщик и клиент, ответственно выполняющий свои обязательства и развивающий партнерские отношения на взаимовыгодной основе.

Компания демонстрирует высокие темпы роста и расширения объемов дистрибуции, что доказывает

эффективность ее развития и маркетинговой стратегии.

Для анализа конкурентной ситуации проведем анализ с помощью «пяти конкурентных сил» М.Портера. В соответствии с этой моделью состояние конкуренции в отрасли является результатом действия пяти конкурентных сил:

1. Конкуренция между фирмами в отрасли.
2. Рыночные попытки компаний из других отраслей завоевать потребителей с помощью товаров-заменителей.
3. Угроза появления новых конкурентов.
4. Рыночная власть и средства воздействия, используемые поставщиками сырья.
5. Рыночная власть и средства воздействия, используемые потребителями продукции.

1. Конкуренция между фирмами в отрасли.

На сегодняшний день у ООО «ЭНЗЭ» серьезных конкурентов более чем достаточно.

На интенсивность конкуренции между компаниями оказывает влияние рост числа конкурентов и выравнивания их размеров и возможностей.

Наиболее интенсивная конкуренция проявляется при снижении цен на товар и повышении качества продукции. В этом случае выживают компании, которые умело снижают издержки производства и большое внимание уделяют контролю качества. ООО «ЭНЗЭ» не уступает конкурентам, а во многом занимает лидирующие позиции как по издержкам, так и по качеству своей продукции. Поэтому угроза со стороны основных конкурентов невысока.

2. Появление товаров-заменителей.

Рыночные попытки компаний из других отраслей завоевать потребителей с помощью товаров-заменителей для ООО «ЭНЗЭ» большой силы не имеют.

3. Угроза появления новых конкурентов связана с барьерами для входа на рынок и ожидаемой реакции на это со стороны фирм, действующих на этом рынке.

Конкурентное давление со стороны компаний, вновь появляющихся на рынке, существует. Но этот момент связан с барьерами для входа на рынок и ожидаемой реакции на это со стороны фирм, присутствующих на этом рынке. В данном случае барьерами могут быть:

- Эффект масштаба. Крупномасштабное проникновение является труднопреодолимым барьером, так как требует вложения значительных средств для организации соответствующего объема научно-исследовательского производства, содержания научного персонала.
- Невозможность свободного доступа к технологиям, патентам, уже имеющимся в распоряжении фирм, работающих на этом рынке.
- Проникающая на новый рынок компания несет более высокие издержки по сравнению с уже работающими, накопившими опыт, связи с потребителями и поставщиками.
- Потребности в капитале. Они необходимы для создания производства, стимулирования сбыта и покрытия начальных убытков.
- Затраты, не зависящие от масштаба. Отсутствие доступа к качественным и дешевым источникам сырья, отсутствие необходимых патентов, авторских прав на их обладание, подготовленных опытных работников.
- Политические и административные барьеры. Правительственные органы могут ограничивать или запрещать проникновение на новые рынки путем введения лицензий, разрешений, правил безопасности, стандартов загрязнения окружающей среды.

Рис.1 - Пять сил Портера

- 1 – рыночная власть покупателей;
- 2 – угроза появления конкурентов;
- 3 – попытки завоевать рынок товарами-заменителями;
- 4 – конкуренция между фирмами;
- 5 – рыночная власть поставщиков.

Руководитель отдела продаж:

- навыки стратегического планирования,
- навыки маркетингового анализа,
- организаторские способности,
- навыки составления бюджета подразделения,
- навыки составления стратегии ценообразования и продаж,
- навыки управления персоналом
- стрессоустойчивость, способность к решению нестандартных задач.

Менеджер по продажам:

- знание техники продаж и умение их применять
- стрессоустойчивость
- умение вести деловые переговоры
- умение работать с возражениями
- знание экономических основ продаж
- умение рассчитывать скидки

Ассистент менеджера по продажам:

- знание основ технологии продаж и маркетинга,
- знание договорной работы,
- знание основ мерчендайзинга,
- знание основ коммерческой экономики,
- стрессоустойчивость.
- умение оформлять коммерческую документацию.

1.2 Организационная структура

Одним из приоритетных аспектов анализа деятельности компании является изучение ее организационной структуры и определение ее типа.

Организационная структура ООО «ЭНЗЭ» выглядит следующим образом (рис.2):

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/124386>