

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Кравченко М.В.
студентка 4 курса, гр. ИМ
н. р. Ветелкина А.Г.

В работе проведен кадровый анализ ОАО «ЦУМ Минск».

ОАО «ЦУМ Минск» - в настоящее время крупнейший торговый центр Республики. Универмаг расположен в центральной части города Минска. Открыт 5 ноября 1964 года с общей численностью 670 человек. Общая площадь составляла 14,2 тыс.кв. м, в том числе торговая 4,8 тыс.кв. м и складская – 4,6 тыс.кв. м.

Продажа товаров осуществляется методами самообслуживания, традиционным, по образцам. Универмаг предоставляет покупателям более 70 как платных, так и бесплатных услуг.

Организационная структура ОАО «ЦУМ МИНСК» - линейно-штабная, т.к. при линейно-штабной организационной структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив.

Линейному руководителю при разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений (управлений, отделов). В данном случае функциональные структуры подразделений находятся в подчинении главного линейного руководителя. Свои решения они проводят в жизнь либо через главного руководителя, либо непосредственно через соответствующих руководителей служб-исполнителей.

Таблица 1 – Анализ сильных и слабых сторон Организационная структура ОАО «ЦУМ МИНСК»

Преимущества	Недостатки
Снижение загрузки линейных руководителей;	Увеличение штатов за счет штабных структур;
Повышение качества подготовки решений за счет привлечения специалистов;	Опасность конфликтов линейных и функциональных структур;
Улучшение горизонтальной координации;	Сложность вертикальных коммуникаций;
Баланс функционального и линейного руководства.	Нечеткость процедур принятия решений.

Источник: Собственная разработка

Структура персонала предприятия.

Под структурой персонала предприятия понимается соотношение численности персонала по различным категориям (образование, возраст, стаж работы и др.). Этот анализ даст возможность сделать выводы о влиянии той или иной категории персонала на общие результаты работы предприятия.

В таблице 4 представлена структура персонала ОАО «ЦУМ Минск» по возрасту.

Большинство персонала предприятия входит в возрастную категорию от 40 до 44 лет.

На предприятии преобладает женская часть коллектива. В основном это работники, занятые в бухгалтерии, кадровой работе, руководстве складом и т.д. Для более глубокого анализа структуры персонала проведем анализ его качественных характеристик. В качестве оценочных показателей будем использовать такие показатели, как стаж работы и уровень образования.

Структура работников предприятия является приемлемой. Так, практически равномерно представлены все возрастные категории персонала, что говорит о хорошей почве для преемственности, когда более опытные работники служат примером для молодых специалистов. Но, тем не менее, вызывает тревогу высокий уровень среднего возраста персонала. В будущем это может отрицательно сказаться на структуре персонала. Кроме этого, высокий уровень среднего возраста персонала может стать причиной отсутствия новаторских идей.

По результатам работы за 2015 год сохранена тенденция высоких объемов продаж и обеспечен рост производительности труда. Общий объем товарооборота составит 1030,6 млрд. руб., в т.ч. розничный товарооборот – 1017,6 млрд. руб., и увеличится в сопоставимых ценах на 4,4%, при доведенном задании 100%.

Доля реализации товаров отечественного производства занимает 75,1%, удельный вес продажи товаров по пластиковым карточкам в общем товарообороте составит 38,9%. Добавленная стоимость достигнет 167,8 млрд. руб., темп роста 109,1% в текущих ценах.

Прибыль от реализации товаров превысит 14,3 млрд. руб., рентабельность продаж достигнет 1,39%.

Производительность труда на 1-го работника составит 912,9 млн. руб. и возрастет на 23,4% в текущих ценах. Средняя зарплата на 1-го

работника превысит 8302 тыс. руб., или выше выплат прошлого года на 15,9%.

Списочная численность работников предприятия по состоянию на 01.01.2015 составит 1174 чел., среднесписочная численность за 2015 год – 1130 человек.

Инновационная деятельность в организации подразумевает выполнение следующих мероприятий в розничной торговле:

- распродажи (для стимулирования притока покупателей в магазин и сокращения товарных запасов). Реклама таких распродаж может появляться в печати и на радио, а иногда ограничивается лишь объявлениями на дверях магазина.

- скидки с цены
- всевозможные премии, предоставляемые покупателю с вещественной форме (например, пластмассовый стаканчик внутри упаковки стирального порошка).

- бесплатные образцы товаров на пробу
- некоторые виды потребления товара: предоставление потребительского кредита, бесплатные сопутствующие услуги, различного рода гарантии и др.

- информация в местах продажи (рекламные проспекты, плакаты, оформление витрин и т.д.)

- консультация продавца.

- Систематически проводить выставки-продажи, рекламные акции с вручением подарков, расширенные продажи товаров со снижением цены, демонстрации моделей.

Так же совместно с ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Банк Москва- Минск» организовано проведение акции «Экспресс-рассрочка от ЦУМа» по финансированию приобретения товаров покупателями на специальных условиях программы кредитования физических лиц «Рассрочка-Плюс». Совместно с ЗАО «Минский транзитный банк» организована реализация покупателям непродовольственных товаров с совершением оплаты по банковской карте «Халва». Реализация непродовольственных товаров на условиях рассрочки составит более 70 млрд. руб., или 6,7% от товарооборота.

Для увеличения товарооборота и роста производительности труда проведено за 2015 год 23 дня распродаж с предоставлением покупателям скидки от 15 до 17 % розничной цены, дополнительно полученная выручка составит 135 млрд. руб. или 13,1 % в общем товарообороте.

В универмаге организована продажа непродовольственных товаров через Интернет-магазин. Реализовано товаров на 490 млн.руб.

Главными направлениями в коммерческой работе в универмаге было изыскание и максимальное обеспечение организации необходимыми товарами, с учетом зоны деятельности, потребностей покупателей, совершенствование работы по повышению качества товаров, увеличение реализации товаров и ускорение товарооборачиваемости, сокращение издержек обращения по закупке, доставке и реализации товаров, увеличение доходов и прибыли ОАО «ЦУМ Минск».

Так, поставка основных групп товаров составила за 2014 год – 975,7 млрд. рублей (в т.ч. продовольственных товаров – 102,6 млрд. руб.), из них отечественных товаров на сумму 718,0 млрд. руб. (продовольственных товаров – 84,1 млрд. руб.).

Для обеспечения товарами было заключено 1746 договоров (260 – прод. товары) с поставщиками, в т.ч. более половины с отечественными товаропроизводителями. Значительные объемы поставки товаров РБ осуществлялись согласно установленным ресурсам.

В 2014 году активно проводилась работа по контролю за качеством поступающих товаров. Организована 100% разбраковка обуви, телевизоров, технически-сложных товаров. По результатам разбраковки предъявлено 38 претензий поставщикам товаров на сумму 16,3 млн. руб.

В целях ускорения товарооборачиваемости и повышения конкурентоспособности товаров, привлечения покупателей на ряд товаров была снижена торговая надбавка, в т.ч. до 0%. Всего за 2014 год торговая надбавка снижена на 29 тыс. единиц товара, составлено 318 актов, разница от переоценки составила 1141 млн. руб. Вовлечено в товарооборот товаров со сниженной торговой надбавкой на сумму около 8 млрд. руб.

Значительно активизировалась работа по снижению цен на товары белорусского производства и импортные по согласованию с изготовителями и поставщиками за счет снижения отпускных цен и торговой надбавки. В течение года снижены цены на 10–70% на 29,6 тыс. единиц товаров и проведена их переоценка.

В ОАО «ЦУМ Минск» систематически проводились выставки-продажи, рекламные акции с вручением подарков, расширенные продажи товаров со снижением цены, демонстрации моделей, в 2014 году проведено 750 подобных мероприятий. Совместно с ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «Евроторгинвестбанк», ОАО «Банк Москва-Минск» организовано проведение акции «Экспресс-рассрочка от ЦУМа» по финансированию приобретения товаров покупателями на специальных условиях программы кредитования физических лиц «Рассрочка-Плюс». С 15.08.2014 совместно с ЗАО «Минский транзитный банк» организована реализация покупателям непродовольственных товаров с

совершением оплаты по банковской карте «Халва». Реализация непродовольственных товаров на условиях рассрочки составила более 20 млрд. руб., или 2,3% от товарооборота.

Для увеличения объема товарооборота проведено 24 дня распродаж с предоставлением покупателям скидки от 15 до 20% от розничной цены, полученная выручка составит 129,7 млрд. руб. или 14,8% в общем объеме продаж.

В универмаге организована продажа непродовольственных товаров через Интернет-магазин. Реализовано товаров на 510 млн. руб. В рамках выполнения доведенного показателя по экспорту ОАО «ЦУМ Минск» приняло участие в ярмарках и оптовых поставках товаров в регионы Российской Федерации, результатом стала выручка эквивалентная 389,1 тыс. долл. США, темп роста составил 108,9% при задании 107,0%. Проводимые мероприятия стимулируют работу с поставщиками, способствуют выпуску новых товаров, позволяют постоянно обновлять ассортимент в интересах покупателей.

Коммерческая деятельность ОАО «ЦУМ Минск» в 2015 году направлена на формирование ассортимента, исходя из потребностей покупателей и эффективного использования каждого квадратного метра торговой площади.

В этих целях будет поставлено в 2015 году товаров на сумму не менее 973,9 млрд. руб., в том числе продовольственных – 135 млрд. руб.

Для повышения лояльности со стороны покупателей ОАО ЦУМ Минск» продолжит проведение соответствующей ассортиментной и оптимальной ценовой политики, сочетающих в себе дифференцированную торговую надбавку на каждую из товарных групп, а также разработку и введение программ поощрения покупателей (скидки, дисконтные схемы, подарочные карты).

Основными направлениями деятельности ОАО «ЦУМ Минск» в 2016 году определены:

1. Рост розничного товарооборота в сопоставимых ценах в размере 100% к уровню прошлого года.

2. Увеличение прибыли от реализации товаров и услуг до 10,2 млрд. руб., обеспечение уровня рентабельности продаж 1,1% к выручке от реализации товаров. Чистая прибыль составит 3,4 млрд. руб.

3. Планируется осуществить инвестиции в сумме 4,1 млрд. руб., на модернизацию направить 3,4 млрд. руб.

Комплекс мероприятий по организации продажи товаров в ОАО "ЦУМ Минск", представим в виде программы (таблица).

Таблица 2 - Проект программы деятельности по организации продажи товаров на 2016 год

Планируемые мероприятия	Ожидаемый результат
Расширение ассортимента фирменных секций	Расширение внутригруппового ассортимента, увеличение товарооборота
Продолжение работы с промышленными предприятиями по открытию фирменных секций с целью продвижения товаров и изучения покупательского спроса	Выявление новых товаров вовлечение их в товарооборот, рациональное использование торговой площади
Проведение выставок-продаж, в том числе с демонстраций моделей и снижение цен на товары в период проведения	Повышение эффективности работы предприятия, увеличение объёмов продаж товаров.
Снижение цен на сезонные товары совместно с промышленными предприятиями	Ускорение реализации сезонного товара, уменьшение товарных запасов на складах.
Проведение совместных уценок и распродаж с промышленными предприятиями	Увеличение товарооборота за счет снижения товарных остатков
Работа с поставщиками по замене ассортимента, пользующегося ограниченным спросом	Обновление ассортимента, выявление товаров повышенного спроса.
Увеличение продажи товаров в кредит	Увеличение объема реализации, ускорение товарооборота.
Использование различных видов рекламы с освещением через печать, радио, телевидение, средства массовой информации и внутренней рекламы на транспорте	Привлечение новых покупателей, увеличение объемов продаж и получение прибыли
Повышение квалификационного уровня продавцов	Повышение культуры обслуживания населения, повышение производительности труда работников предприятия.

Формирование имиджа организации	Повышение и поддержание интереса потребителя, привлечение новых поставщиков, увеличение товарооборота, прибыльная работа предприятия.
---------------------------------	---

Источник: Собственная разработка

При условии выполнения данных мероприятий будет увеличен розничный товарооборот торгового предприятия.

В ходе прохождения практики я ознакомилась с организационной структурой предприятия ОАО «ЦУМ Минск», методами изучения покупательского спроса, рекламной деятельностью, ассортиментной и сбытовой политикой, принципами ведения хозяйственных связей и многим другим.

В данном отчете рассмотрена деятельность предприятия ОАО «ЦУМ Минск». Практика начиналась с ознакомлением предприятия. Далее осуществлялось знакомство с основными экономическими показателями. Последующие дни практики были посвящены изучению особенностей организации.

Основным видом деятельности ОАО «ЦУМ Минск» является розничная торговля.

Организация укомплектовано высококвалифицированным персоналом, численность которого составляет 1088 человек, из которых преимущественное количество сотрудников приходится на возрастную категорию 40-44 лет. В организации существует система мотивирования сотрудников. Она предусматривает два вида поощрения: моральное и материальное.

Маркетинговая деятельность проводится в полной мере. Суть маркетинговой стратегии предприятия заключается в гибком реагировании на изменяющиеся вкусы и предпочтения потребителей, оказании конкурентоспособных услуг.

Инновационная деятельность в организации продолжение работы с промышленными предприятиями по открытию фирменных секций с целью продвижения товаров и изучения покупательского спроса.

Можно сделать вывод, данное предприятие с каждым годом движется к своему совершенству: улучшаются показатели коммерческой, экономической, маркетинговой и управленческой деятельности. Но, тем не менее, существует ряд недостатков в хозяйственной деятельности, которые нужно устранить, а в будущем предупредить. Для этого необходимо набирать на работу квалифицированных специалистов, повышать уровень их образования, культуру обслуживания покупателей. Работники универмага делают все возможное для достижения этих целей.