



Manual Global Management Challenge

*„Effective Management for a
Better Future“*



Construiești-ti Cariera alaturi de Noi



Locuri de munca

Cursuri Calificare
Perfectionare

Training-uri
Dezvoltare Personală

Consiliere

Dima Consulting Group este o firmă specializată în activități de: selecție și recrutare personal, evaluare și intervenție organizațională, traininguri, cursuri de calificare și specializare, elaborare și implementare sisteme de management al performanțelor, evaluarea angajaților.

Apărută pe piață în 1996, ***Dima Consulting Group*** a crescut de la an la an, astfel încât, în prezent este lider regional în domeniul Consultanței în Resurse Umane.



Dima
Consulting
Group[®]

Partener Principal:



Parteneri:



Parteneri Media:



Organizatori:



Patronată de:



Cuprins

Partea I	INTRODUCERE	3
Partea a II-a	MEDIUL DE AFACERI & CONDIȚIILE ECONOMICE	8
	STRUCTURILE ECONOMICE	8
	Informații (paragraf: 1-7)	
	Detalii Importante (paragraf: 8-11, 333-341)	
	EVENIMENTE MONDIALE	9
	MARKETING	10
	Informații (paragraf: 12-20, 235-238, 268, 333-338)	
	Stabilirea prețurilor (paragraf: 21-25)	
	Calitatea produselor (paragraf: 26-29)	
	Cercetare și Dezvoltare (paragraf: 30-47, 263)	
	Publicitatea (paragraf: 48-52, 255)	
	Vânzarea (paragraf: 53-73, 229-234, 256-259)	
	Disponibilitatea produselor (paragraf: 74-78, 244-247, 301)	
	Managementul de Marketing (paragraf: 79-81)	
	PRODUCȚIE & DISTRIBUȚIE	24
	Fabricarea componentelor (paragraf: 87-89, 283)	
	Întreținerea utilajelor (paragraf: 90-92, 210-214, 266)	
	Asamblarea produselor (paragraf: 93-94, 206-209)	
	Planificarea producției (paragraf: 95-102, 239-243)	
	Garanție și Calitate (paragraf: 103-107, 249, 266, 284)	
	Livrarea, Depozitarea și Distribuția (paragraf: 108-113, 250-252, 261)	
	Achiziționarea și Depozitarea materiei prime (paragraf: 114-120, 215-222, 267, 280, 302, 339, 340)	
	Tehnologia informațiilor (paragraf: 121-130)	
	Managementul de Producție (paragraf: 131)	
	MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE	33
	Informații (paragraf: 132-138)	
	Forța de muncă (paragraf: 139-154, 223-228, 265)	
	Salariul și condițiile de muncă (paragraf: 155-162, 281-282)	
	Top Management (paragraf: 163, 164, 271)	
	FINANȚE, ACTIVE ȘI CONTABILITATE	39
	Acțiuni, Cursul acțiunilor și Dividende (paragraf: 165-168, 295, 313-316, 327, 331, 332)	
	Investiții (paragraf: 169, 289, 305)	
	Împrumuturi (paragraf: 170-179, 290, 309, 310, 312, 325, 326, 329, 330)	
	Active fixe (paragraf: 180-186, 292, 298-300, 322)	
	Contabilitate (paragraf: 272, 274, 293, 303, 304, 307, 321)	

Asigurări (paragraf: 187-195, 270, 275, 276, 288, 319)

Partea a III-a RAPORTUL DE MANAGEMENT

49

Informații (paragraf: 196-203)
Disponibilitatea și utilizarea resurselor (paragraf: 204-214)
Asamblarea Produselor (paragraf: 206-209)
Fabricarea Componentelor (paragraf: 210-214)
Materia primă (paragraf: 215-222)
Managementul Resurselor Umane (paragraf: 223-228)
Agenți și Distribuitori (paragraf: 229-234)
Tehnologia informațiilor (paragraf: 235-238)
Produsele (paragraf: 239-250)
Transport (paragraf: 251, 252)
Conturi (paragraf: 253-273)
Cheltuieli Administrative (paragraf: 254-273)
Structura Venitului (paragraf: 277-296)
Bilanțul (paragraf: 297-316)
Fluxul de numerar și împrumuturi (paragraf: 317-328)
Cursul/Acțiune și Dividende (paragraf: 331, 332)

Informații (paragraf: 333-337)
Informații comerciale (paragraf: 337-341)

Partea a IV-a TABELUL DE DECIZII

72

Tabelul de DECIZII
Tabelul de VALORI al Deciziilor -TVD
Tabelul de PARAMETRI –TP

Partea a V-a REGULAMENT GLOBAL MANAGEMENT CHALLENGE 2012

85

Partea I

INTRODUCERE

Competiția Global Management Challenge este o simulare strategică și de management ce are la bază o situație economică reală, în care un număr de companii virtuale, reprezentate de echipele participante concurează între ele într-un mediu de afaceri obișnuit. Un model computerizat foarte complex simulează interacțiunile dintre diferitele departamente ale fiecărei companii, relațiile de concurență între companii și mediul economic.

Sarcina pe care o are de îndeplinit echipa dvs. este să conducă una dintre aceste companii virtuale și să o administreze ca și cum ar fi o afacere reală.

Acest Manual explică modalitatea de participare, organizarea acestei competiții, obligațiile pe care le are echipa dvs., cum funcționează compania dvs. virtuală și cum interacționează cu restul companiilor reprezentate de celelalte echipe. Manualul este structurat în patru părți:

- ❖ **Introducere.**
- ❖ **Mediul Economic, în care sunt explicate funcțiile interne și interacțiunile dintre companii și piață.**
- ❖ **Raportul de Management, în care este explicat conținutul datelor și informațiilor generate de Simulator.**
- ❖ **Tabelul de Decizii, care explică modul în care trebuie să luați deciziile ce urmează a fi introduse în Simulator.**

Compania pe care o conduceți este complexă și chiar dacă structura ei vastă este destul de ușor de înțeles, există numeroase aspecte subtile ce țin de modul în care aceasta funcționează.

Partea a II-a a Manualului explică structura companiei pe care urmează să o conduceți. Astfel, sunt studiate cele patru funcții de management: Marketing, Producție, Resurse Umane și Finanțe, explicând modul lor de funcționare și punând accent pe interacțiunile dintre ele.

Unul din obiectivele principale ale acestei simulări este acela de a explica aceste interacțiuni și de a demonstra că atunci când ajungeți să conduceți o companie, atingerea unui echilibru stabil este esențială în vederea succesului în afaceri, iar acest lucru poate fi realizat cel mai bine prin munca în echipă, o bună organizare și comunicare eficientă.

Echipa dvs. trebuie să se organizeze astfel încât să îndeplinească îndatoririle top-managementului companiei administrate. Depinde în întregime de dvs. cum vă organizați managementul din cadrul companiei. Puteți să stabiliți câte o persoană care să fie responsabilă pentru rezolvarea unui aspect al activității. Probabil aveți nevoie de un președinte care să asigure punerea de acord a părerilor fiecăruia pentru a forma un întreg coerent. Sau, puteți opta pentru o structură mai relaxată în care toți cei implicați constituie un comitet de decizie.

Nu există nicio constrângere cu privire la mijloacele tehnice pe care le utilizați. Dacă veți dori să folosiți propriile modele de „foi de calcul”, veți găsi definițiile termenilor detaliate în Partea a III-a din Manual. Controlul asupra companiei dvs. se exercită prin două documente:

[a] Raportul de Management trimestrial, generat de Simulator, care arată cum a funcționat compania dvs. în perioada care tocmai s-a încheiat.

[b] Tabelul de Decizii, în care deciziile pe care le-ați luat în vederea funcționării companiei în perioada următoare, sunt înregistrate pentru a fi transmise Simulatorului.

Pentru a ști exact ce se întâmplă, a fost necesar să se explice detaliat modul de funcționare a companiei, ceea ce face ca Manualul să pară foarte complicat; totuși structura de bază a simulării este destul de simplă. Încercați să câștigați maximizând perspectiva de dezvoltare viitoare a companiei, astfel încât la sfârșitul simulării să aveți cel mai ridicat curs al acțiunii. Acest lucru presupune stabilirea unei strategii care să vă ducă către acest obiectiv pe termen lung. Odată ce aveți o strategie, puteți elabora tactici economice pentru a pune în aplicare acea strategie (Dacă vedeți că întâmpinați dificultăți, puteți oricând revizui strategia pentru a o face realizabilă).

Una din metodele de a aborda strategia este aceea de a începe cu Departamentul de Marketing care să ia în considerare piața în întregul ei și astfel să pregătească un plan de marketing. Pentru aceasta trebuie să se prognozeze posibilele realizări privind volumul de vânzări. Departamentul de Producție produce și expediază aceste cantități doar în cazul în care dispune de forța de muncă și mașinile necesare. Resursele Umane trebuie să examineze acest aspect cu grijă pentru că orice acțiune a departamentelor de Marketing și Producție va influența câștigurile și condițiile de lucru ale forței de muncă. În final, departamentul de Finanțe ar trebui să verifice întregul proces pentru a se asigura că activitatea este profitabilă și poate fi realizată conform resurselor financiare disponibile.

Aceste lucruri trebuie să stea la baza muncii în echipă și să constituie fundamentul pentru a găsi cea mai bună soluție colectivă nu doar pe termen scurt, ci una care să corespundă și strategiei pe termen lung.

Ca să puteți face o estimare preliminară despre cum decurg activitățile, vi se pune la dispoziție un **Istoric al companiei** dvs., cuprinzând perioada chiar de dinainte de a începe simularea, împreună cu deciziile care au generat aceste rezultate. Când veți studia acest Manual vă va fi util să recurgeți la acest istoric pentru a înțelege aspectele în discuție. Istoricul este identic pentru toate companiile participante deoarece toate pornesc exact din aceeași poziție. Partea a III-a din Manual descrie conținutul Raportului de Management în detaliu.

Multe dintre relațiile de calcul utilizate în simulare sunt exclusiv aritmetice (de ex. datele financiare), dar restul nu poate fi derivat exact, ca și în viața reală (de ex. câte comenzi este posibil să primiți; care va fi efectul întreținerii?) Pentru a acționa eficient este necesar să identificați și să cercetați toate aceste elemente pe măsură ce simularea înaintează, să le testați sensibilitatea și să descoperiți cum reacționează și cum afectează modul în care funcționează compania. Acest tip de analiză vă va permite să trageți concluzii vaste cu privire la ce este posibil să se întâmple atunci când luați anumite decizii.

După ce ați evaluat situația și ați hotărât ce vreți să faceți, completați primul Tabel de Decizii și trimiteți-l pentru a fi procesat conform programului publicat. Veți primi în schimb un Raport de Management care vă va informa despre ce s-a întâmplat cu compania dvs. ca rezultat al deciziilor luate.

Folosiți aceste informații în scopul îmbogățirii cunoștințelor despre activitățile din cadrul companiei dvs. și ale pieței. Apoi luați următoarea serie de decizii, și procedați tot așa până la sfârșitul simulării.

Înainte de a parcurge partea cea mai importantă a Manualului, este necesar să fie explicate câteva aspecte și concepte generale:

- a) Obiectivul simulării constă în faptul că aceste companii trebuie să obțină cel mai ridicat „Curs al Acțiunii”, așa cum va fi cota în Raportul de Management de la sfârșitul simulării. Cursul acțiunii reflectă perspectiva viitoare a companiei dvs. și prin urmare ar trebui să încercați să aduceți compania în cea mai bună formă posibilă până la sfârșitul simulării.
- b) Chiar dacă unele companii vor suferi pierderi mari în timpul simulării, acestea nu vor fi declarate niciodată falimentare. Datorită permisiunii de a continua să funcționeze pe baza unor împrumuturi masive, lucru care nu ar putea fi acceptat în realitate, toate echipele participante sunt cel puțin capabile să ajungă la sfârșit.
- c) Simularea se desfășoară în runde trimestriale. Odată ce s-au luat decizii cu privire la Trimestrul Următor, acestea nu mai pot fi modificate. Simularea se desfășoară în cinci runde ce corespund fiecare unui trimestru și vi se va da un program în care se descrie amănunțit când trebuie trimise deciziile pentru a fi procesate de Simulator și până când trebuie să vă parvină Raportul de Management generat în urma deciziilor luate. Se consideră că un trimestru durează douăsprezece săptămâni.

- d) După primirea Rapoartelor de Management, Tabelului de Decizii este trimis în momentul imaginar dintre sfârșitul unui trimestru și începutul unui nou. Pentru evitarea neînțelegerilor, trimestrele trecute și viitoare sunt definite strict în raport cu acest moment imaginar și toate referințele la aceste trimestre, care se găsesc în acest Manual, vor fi făcute în următorii termeni:

Trimestrul Precedent – trimestrul care tocmai s-a încheiat, la care se referă cel mai recent Raport de Management.

Trimestrul Anterior celui Precedent – trimestrul de dinaintea celui Precedent.

Trimestrul Următor – trimestrul care tocmai urmează, pentru care se aplică Tabelul de Decizii actual.

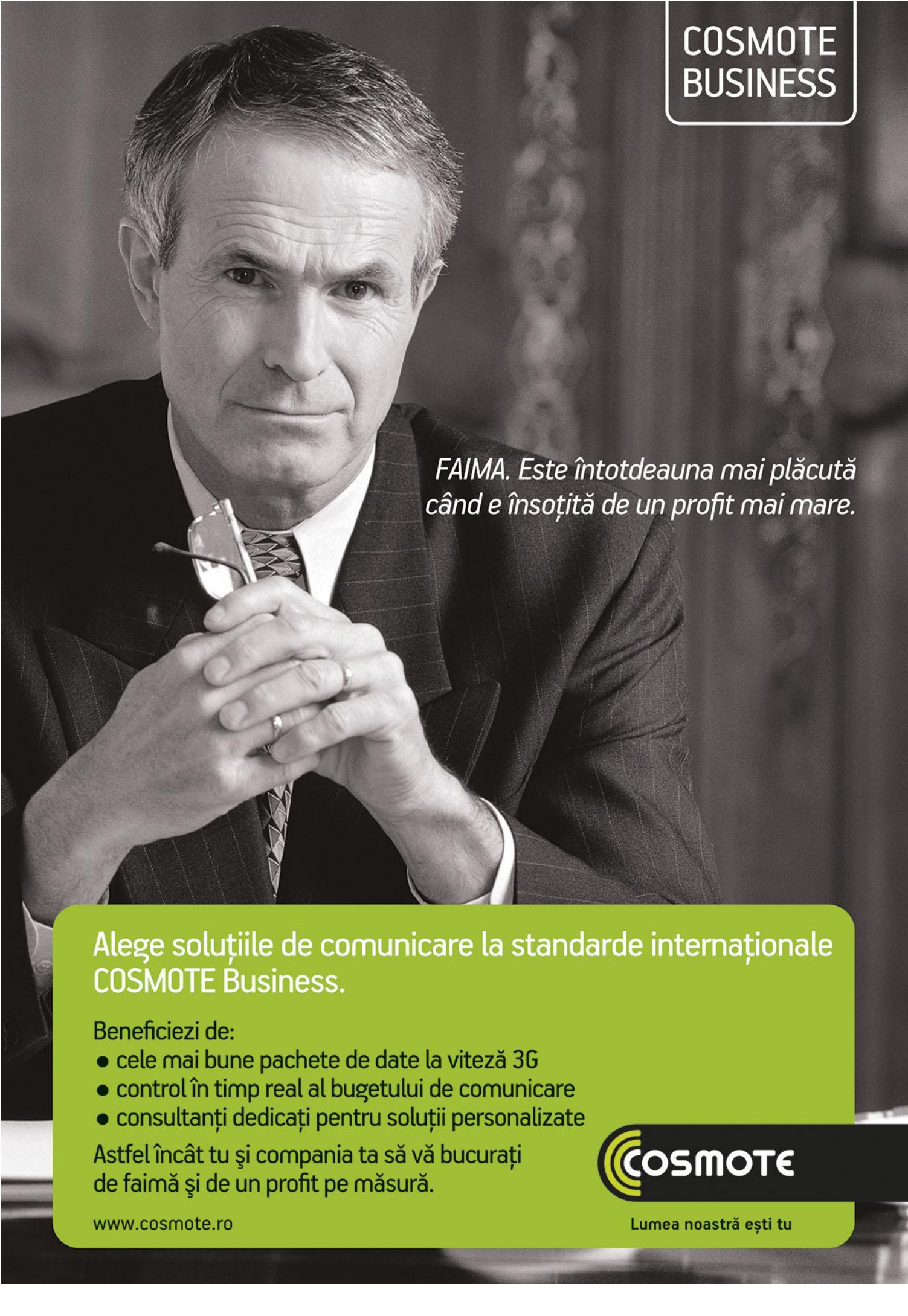
Trimestrul Ulterior celui Următor – trimestrul ce urmează imediat după cel Următor.

Niciun trimestru nu este denumit „Acest trimestru”.

În timpul procesului de simulare, Organizatorii nu vor interveni în niciun fel pentru a schimba cursul desfășurării acestuia. Aspecte precum tendințele pieței, ratele dobânzilor, disponibilitatea forței de muncă, etc., sunt stabilite înainte de începerea procesului de simulare. Organizatorii nu vor interveni niciodată în mod arbitrar. Există suficiente rezultate aleatorii, cauzate de activitățile companiilor concurente, pentru a mai fi necesare intervenții suplimentare.

Pentru a folosi acest Manual cât mai eficient, paragrafele începând din Partea a II-a sunt numerotate în serie, iar trimiterea la ele se face cu ajutorul unui număr de pagină în Cuprins. Urmărind succesiunea de referințe alternative, ce vă sunt puse la dispoziție, puteți examina orice aspect în totalitate. Referințele cu privire la anumite decizii, făcute în textul general, vor trimite la valorile corespunzătoare din Tabelul de Valori al Deciziilor (TVD) printr-un caracter alfabetic. Costurile și ceilalți parametri fixați sunt cumulați într-o serie de tabele cuprinse în Tabelul Parametri (TP) de la sfârșitul Manualului, iar trimiterile se fac în funcție de numărul tabelului.

Simularea include internetul ca și canal de desfacere și distribuție pus la dispoziția echipelor participante. Procesele tehnice reale ale comerțului pe internet sunt greu de definit și măsurat, prin urmare modelul folosit aici a fost simplificat pentru a permite simulării să opereze cu cât mai puțini parametri posibili.



COSMOTE
BUSINESS

*FAIMA. Este întotdeauna mai plăcută
când e însoțită de un profit mai mare.*

Alege soluțiile de comunicare la standarde internaționale
COSMOTE Business.

Beneficiezi de:

- cele mai bune pachete de date la viteză 3G
- control în timp real al bugetului de comunicare
- consultanți dedicați pentru soluții personalizate

Astfel încât tu și compania ta să vă bucurați
de faimă și de un profit pe măsură.

www.cosmote.ro



Lumea noastră ești tu

ProfilesTM International

imagine great people



Mai mult de 45.000 de companii și organizații din peste 122 de țări confirmă statutul de lider al **Profiles International** în domeniul evaluării și dezvoltării de personal, datorită beneficiilor oferite privind: Informația, Tehnologia, Cercetarea, Calitatea și Serviciul Clienți.

Profiles International dezvoltă evaluări de personal și soluții de managementul talentelor pentru a crește performanța angajaților și a managerilor acestora precum și pentru creșterea productivității forței de muncă.

Noi ajutăm clienții să câștige un important avantaj competitiv datorită înțelegerii firii umane până în cele mai adânci zone. Aceasta presupune înțelegerea modului cum gândesc oamenii, a tendințelor naturale, a comportamentelor și preferințelor, a atitudinilor cheie specifice la locul de muncă. Acest lucru ajuta companiile să selecteze persoana corectă, să o așeze la locul potrivit și să o ajute să lucreze la potențialul maxim.

Începând cu anul înființării noastre 1991, am realizat peste 45.000.000 de evaluări în peste 40.000 de organizații din 122 de țări. Facem acest lucru împreună cu cei peste 200 de angajați ai noștri și a peste 1000 de parteneri din întreaga lume, cu formare în domenii precum psihologie organizațională, managementul resurselor umane, training corporatist, educație și tehnologia informației.

Partea a II a

MEDIUL DE AFACERI & CONDIȚIILE ECONOMICE

Compania dvs. funcționează în concurență directă cu alte companii care produc și vând aceleași produse ca ale dvs., în aceleași regiuni geografice. Compania dvs. poate produce cel mult trei articole care nu se definesc în mod specific. Acestea sunt trei tipuri de articole de folosință cu durată nedeterminată, diferite între ele, care se încadrează în categoria celor utile și dorite de consumatori.

În ce privește comerțul en-detail, piața dvs. se împarte în două zone geografice – piața Euro, considerată a fi Europa (UE) și piața Dolarului, reprezentată de Acordul Nord - American privind Comerțul Liber (NAFTA). În plus, puteți vinde în aceste zone și în restul lumii prin intermediul internetului. Vă confrunțați cu o competiție directă în toate zonele, din partea celorlalte companii participante la simulare. Alte forme de competiție există în toate aceste zone, dar nu sunt implicate direct în procesul de simulare.

STRUCTURILE ECONOMICE

1. Vânzarea de produse în diverse regiuni este influențată de numărul populației și de caracterul social al fiecărei piețe (TP - Tabelul 1).

2. Toate piețele sunt influențate în același mod de ciclurile economice normale de dezvoltare și declin, dar nu reflectă în mod neapărat situația economică reală din prezent, sau reglementările guvernamentale.

3. Pe tendința economică generală se suprapune o structură sezonieră accentuată de cerere pentru produse. Această tendință se repetă în fiecare an și este la fel pentru toate produsele din toate zonele de comercializare. Punctul maxim sezonier este în al patrulea trimestru din fiecare an.

4. Pe piața europeană comerțul se practică în euro. În NAFTA comerțul se practică în dolari americani. Pe internet comerțul se practică în dolari americani.

5. Toate deciziile referitoare la monedă, pe care trebuie să le luați, vor fi în euro, inclusiv deciziile care influențează NAFTA și internetul, deși tranzacția finală poate fi făcută în dolari. Prin urmare comerțul va fi influențat de cursul de schimb dintre euro și dolar.

6. Statisticile și rapoartele economice vor fi emise în timpul procesului de simulare pentru a vă ajuta să estimați tendințele și mișcările economice și cum pot varia cursurile de schimb. Acestea se comprimă sub formă de date economice în statistici oficiale, atât pentru piața europeană, cât și pentru NAFTA, pentru Trimestrul Precedent, cuprinzând:

- ❖ Produsul Intern Brut;
- ❖ Rata șomajului;
- ❖ Balanța Comercială Externă;
- ❖ Dobânda anuală de referință a Băncii Centrale la finalul Trimestrului Precedent, care se va aplica în Trimestrul Următor;
- ❖ Rata de schimb euro-dolar american la finalul Trimestrului Precedent, care se va aplica în Trimestrul Următor;
- ❖ Accesul populației la calculatoare.

Informații mai restrânse despre aceste subiecte sunt disponibile și pentru restul lumii dezvoltate.

7. În plus, scurte fragmente de comentarii politice, economice și comerciale din presă vor fi puse la dispoziție într-un Raport Economic trimestrial pentru a vă ajuta să previzionați modul în care este posibil să acționeze economiile și piețele.

Detalii importante

8. Cursul de schimb este cotaț în euro per dolar, adică prețul plătit în euro pentru un dolar american. Când costul euro al unui dolar scade, veți plăti mai puțini euro per dolar, prin urmare valoarea monedei euro crește, iar a dolarului scade și vă puteți aștepta să vindeți mai puține produse în zonele unde moneda de referință este dolarul (toate celelalte aspecte fiind egale). Dacă valoarea monedei euro crește, apare efectul contrar.

9. Cursul de schimb cotaț este stabilit la sfârșitul Trimestrului Precedent și va fi utilizat în tranzacțiile de schimb în toată perioada Trimestrului Următor. Cursul utilizat în Trimestrul Precedent (adică în cel mai recent Raport de Management pe care îl aveți) a fost cotaț în raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent.

10. Statisticile economice apar într-o formă amplă, astfel încât tendințele economice fundamentale pot fi deduse din ele direct, fără să vă preocupe filtrarea lor.

11. Este posibil să primiți informații economice actuale extrase din presa financiară, care să vă ajute să prognozați tendințele economice și care vă avertizează cu privire la viitoarele probleme ce pot apărea în mediul de afaceri.

EVENIMENTE MONDIALE

Toate companiile pot fi afectate de evenimente mondiale semnificative. Aceste evenimente pot constitui rezultatul transformărilor politice, al dezvoltării economice sau a factorilor din mediul înconjurător, războaie, calamități fizice (erupții vulcanice, cutremure, epidemii, etc.). Toate acestea pot avea o influență puternică asupra capacității de funcționare a companiilor și de asemenea pot afecta și piața de produse. De exemplu, izbucnirea unei epidemii care are un efect general nu influențează doar piața de produse, dar afectează în mod semnificativ și capacitatea de a fabrica produsele datorită faptului că muncitorii se află în imposibilitatea de a lucra.

Pe plan extern această dereglare ar trebui să afecteze în mod egal toate companiile, dar pe plan intern, gradul de dereglare pe care un astfel de eveniment îl poate provoca unei anumite companii va depinde de cât de pregătită este compania respectivă să facă față situației. De exemplu: dacă o companie deține stocuri rezervă de materie primă și mărfuri finisate, ar putea continua comerțul, în timp ce o altă companie cu stocuri mai mici se poate afla în dificultate din acest punct de vedere.

Aceste evenimente pot surveni pe neașteptate, oferind puține oportunități în vederea luării de măsuri de management. Cu toate acestea, este foarte probabil ca cel puțin unele informații preluate din presă, care apar în Raportul Economic, să facă aluzie la ce s-ar putea întâmpla. Efectul pe care evenimentele mondiale îl au asupra activităților unei companii, va fi redat printr-un semn de exclamare „!” în Rapoartele de Management, cu excepția cazurilor în care sunt implicate piețele și economia. **ESTE IMPORTANT SĂ CITIȚI RAPORTUL ECONOMIC**, pentru că acesta poate conține informații importante ce pot influența analiza Rapoartelor de Management, schimbări cu privire la prețul materiei prime, care poate depăși prețul cotaț anterior.

Echipa managerială ar trebui să țină seama de faptul că deși acest tip de dereglare s-ar putea să nu afecteze direct piața consumatorilor, ar putea exista un efect indirect asupra încrederii consumatorilor, care va duce la o scădere a comenzilor.

Observați că deși există posibilitatea ca astfel de evenimente să aibă loc, nu înseamnă că se vor și întâmpla.

MARKETING

Departamentul de Marketing din cadrul companiei dvs. este responsabil cu privire la crearea cererii și a vânzării cu succes a produselor companiei în concurență directă cu companiile rivale. Pentru îndeplinirea acestui obiectiv cu succes, trebuie să se analizeze piața și competiția; să se elaboreze planuri strategice de marketing și să se ia decizii privind funcționalitatea acestor planuri atât pe termen lung, cât și pe termen scurt; să se coopereze cu celelalte departamente funcționale din cadrul companiei pentru a se asigura că vânzările sunt profitabile și compania funcționează eficient.

12. În Europa și NAFTA, vindeți prin intermediul agenților și distribuitorilor către detailiști care, la rândul lor, vând tuturor consumatorilor. În acele zone detailiștii sunt ținta principală a eforturilor dvs. de marketing. De asemenea puteți să vindeți publicului din întreaga lume în mod direct, prin intermediul internetului, vizând consumatorii care au acces la internet. Vânzările pe internet se realizează în Europa și NAFTA astfel încât în acest sens veți concura cu proprii dvs. agenți din acele zone. Cererea consumatorilor variază în funcție de climatul economic și de efortul companiilor concurente cu privire la desfacerea și comercializarea de produse. Detailiștii și publicul general reprezintă ținta concurenților direcți care vând produse similare în competiție cu ale dvs.

13. Fiecare produs are o imagine de marketing pe care încercați să o promovați cu scopul de a atrage vânzări. Această imagine este influențată de o serie de factori a căror importanță variază referitor la factorii similari ce caracterizează produsele concurenților. Câțiva dintre acești factori se află sub controlul dvs. direct și reprezintă o parte din planul dvs. de marketing. Alți factori precum fluctuația economică și activitățile pe care le desfășoară concurenții dvs. trebuie să fie luați în considerare în momentul elaborării planului. Iar acest lucru poate fi realizat doar încercând să previzionați modul lor de funcționare pe viitor și să țineți cont de ei în planurile pe care le elaborați.

14. Anumite informații economice și competitive ce aparțin Trimestrului Precedent, despre activitatea pe care o desfășoară concurenții dvs. vă sunt puse la dispoziție gratuit și vă ajută cu privire la previziunile pe care le faceți. Acestea sunt informații care în mod normal sunt disponibile prin intermediul surselor indirecte:

- ❖ Prețurile de vânzare ale produselor;
- ❖ Numărul total de angajați;
- ❖ Salariul de bază;
- ❖ Numărul de agenți și distribuitori.

15. În afară de aceste informații gratuite, puteți să vă hotărâți (TVD - Rândul S) să vă înscrieți la o structură ce monitorizează vânzările fiecărui produs și pune la dispoziție informații comerciale privind divizarea pieței între dvs. și concurenții dvs. Acest lucru presupune să plătiți o sumă fixă (TP - Tabelul 2) de fiecare dată când îl solicitați. Informațiile oferă cota de piață prin volumul de vânzări realizat de fiecare companie concurentă pe:

- ❖ Piața Europeană;
- ❖ Piața NAFTA;
- ❖ Internet.

16. De asemenea, puteți decide (TVD - Rândul S) să realizați un studiu privind activitățile și produsele concurenților. Pentru aceste informații plătiți o sumă fixă (TP - Tabelul 2) de fiecare dată când apelați la aceste informații ce includ:

- ❖ Sumele totale cheltuite pentru publicitate;
- ❖ Sumele totale cheltuite pentru cercetarea și dezvoltarea produselor;
- ❖ O evaluare a consumatorilor privind calitatea designului produselor;
- ❖ O evaluare a consumatorilor privind calitatea website-ului dvs. (dacă vindeți prin intermediul Internetului)

Detalii importante

17. Informațiile gratuite constau din:

- a) Prețurile pe companii, produse, zone de vânzări (piața europeană, NAFTA și internet);
- b) Numărul total de angajați inclusiv muncitori necalificați și lucrători de asamblare calificați;
- c) Salariul pe ora de asamblare stabilit de către fiecare companie;
- d) Numărul total de agenți (Europa) și distribuitori (NAFTA) din Trimestrul Precedent.

18. Cota de piață reprezintă volumul de vânzări realizat în cursul Trimestrului Precedent (nu comenzile primite, date ce pot fi total diferite). Această informație este disponibilă pentru fiecare dintre concurenții dvs. direcți. Procentele furnizate stabilesc un raport între piața deținută de companie și vânzările totale din fiecare zonă comercială. Aceste totaluri includ vânzările efectuate de concurenții dvs. direcți și de celelalte companii neimplicate direct în procesul de simulare. Ca urmare, procentele adunate nu vor da 100.

19. Alte activități ale companiilor:

- a) Sumele pentru publicitate și cercetare furnizate în informații comerciale sunt totale. Nu există defalcare pe produse;
- b) Evaluarea consumatorilor privind calitatea designului pe care îl au produsele dvs. și cele ale concurenților are forma premierii prin acordarea de „stele”, variind în ce privește numărul acestora, de la cinci pentru produsul cel mai bine conceput, avansat din punct de vedere tehnic și bine fabricat, până la o stea pentru produsul perimat, fabricat din material ieftin. Aceste informații sunt adunate de la eșantioanele de consumatori și reflectă părerea marelui public. Evaluările consumatorilor trebuie examinate cu prudență, fiind rezultatul analizei unor discuții subiective între grupuri restrânse de consumatori;
- c) O clasificare a evaluărilor, bazată pe același sistem de 5 stele privind atracția, eficiența și modul facil de utilizare al website-urilor companiilor (în cazul comerțului pe internet).

20. Pe baza unei combinații între informațiile comerciale și economice disponibile, plus concluziile trase din istoricul companiei și din baza experienței dvs. de a conduce compania până acum, ar trebui să fiți capabili să elaborați un plan de marketing detaliat pentru fiecare dintre produse pe fiecare piață de desfacere. Planul de marketing ar trebui să includă:

- ❖ Stabilirea prețurilor;
- ❖ Designul produsului și strategia de fiabilitate;
- ❖ Programul de publicitate;
- ❖ Politica agenților și distribuitorilor;
- ❖ Strategia comerțului pe internet;
- ❖ Disponibilitatea produselor.

Pregătirea acestui plan trebuie să implice și o previziune privind numărul de comenzi pe care le veți primi pentru fiecare produs. Această previziune va trebui folosită atunci când veți analiza planurile împreună cu celelalte departamente funcționale ale companiei.



Lider mondial în producția de sisteme
de siguranță auto.



AUTOLIV ÎN NUMERE	50.000 de angajați	29 de țări	100 branduri de mașini	1.300 modele de mașini	25.000 de vieți salvate în fiecare an!
ROMÂNIA	4500 de angajați	7 fabrici	4 locații	2 centre de inginerie și testare	440.000.000 € cifra de afaceri în ultimul an



Exigențele acestui secol au dat răspunsuri clare specialiștilor din întreaga lume la întrebări precum: "până când" și "prin ce metode" învățăm? De la angajatori, specialiști în resurse umane, instituții educaționale și până la nivel de individ, răspunsul este unanim: învățarea permanentă nu mai reprezintă doar o opțiune, un lux, ci o condiție obligatorie pentru adaptarea la cerințele profesionale, economice și sociale mereu supuse schimbării.

În acest context, Global Management Challenge vine excelent în întâmpinarea preocupării companiei noastre de a materializa interesul pentru dezvoltarea personalului. Avem aici șansa implicării angajaților noștri într-un simulator de business, expunerii lor la întreg procesul decizional și exercițiul perspectivei globale asupra unei afaceri. Această competiție și experiențele participanților pot schimba fundamental perspectiva lor asupra mecanismului de funcționare a unei companii. Rezultatele pe care le-am resimțit în cazul membrilor echipei de anul trecut, ne-au făcut să dorim să multiplicăm acest succes. Este și motivul pentru care la ediția curentă am înscris nu mai puțin de 11 echipe. Responsabilitatea deciziei, adaptarea ei la o multitudine de factori și înțelegerea ei dintr-o perspectivă globală a afacerii, aduc un plus de viziune fiecărui angajat. În activitatea sa din companie, de cele mai multe ori acest om este supus deciziei superiorilor săi, decizie pe care nu întotdeauna o acceptă sau o înțelege. O astfel de simulare oferă însă o cu totul altă imagine și îl face pe angajat mult mai conștient de realitățile unui sistem corporatist.

Global Management Challenge se încadrează astfel în preocuparea noastră permanentă de a investi în capitalul nostru principal - oamenii. Autoliv este o companie cu ambiții mari în ceea ce privește dezvoltarea personală a angajaților și o permanentă preocupare pentru carierele lor. Atenția asupra acestor aspecte este și mai mare în contextul în care munca noastră implică foarte multă responsabilitate. Prin tot ceea ce face, fiecare angajat Autoliv contribuie la salvarea a minim 25.000 de vieți în fiecare an. Provocarea pentru noi este să-i facem pe oameni să înțeleagă importanța muncii lor, indiferent de poziția în companie, pentru că a lucra în Autoliv nu este un simplu job, ci presupune adoptarea unei culturi, unei misiuni și a unor valori, pe care încercăm să le transferăm oamenilor noștri.

All life long learning - învățarea pe tot parcursul vieții e un concept de mare actualitate în Autoliv. Chiar dacă educația de bază, cea formală, rămâne esențială, dezvoltarea permanentă, împreună cu educația nonformală, oferă șansa de a personaliza și dezvolta anumite aptitudini și calități, cât mai aproape de cerințele pieței de astăzi.

Autoliv România își desfășoară activitatea în cinci locații din țară, având în total 7 fabrici (4 în Brașov și câte una în Prejmer, Lugoj și Sfântu Gheorghe), două centre de inginerie și dezvoltare (în Brașov și Timișoara), un centru european de competențe IT și numeroase funcții suport pentru organizațiile din România și din Europa. La nivel global, Autoliv este unul dintre cei mai mari producători de airbaguri, centuri de siguranță, sisteme de siguranță pasive și active pentru industria auto. Grupul Autoliv are 48.000 de angajați în cele 80 de fabrici din 29 de țări în care activează în prezent.

STABILIREA PREȚURILOR

21. În fiecare trimestru trebuie să revizuiți și să fixați prețul la care vă veți vinde produsele (TVD - Rândul C).

22. Prețul pe care îl fixați pentru fiecare produs reprezintă suma pe care o veți încasa de la agenți și distribuitori pentru fiecare produs livrat. Este considerat și un ghid pentru prețul către consumatori. Cea mai mare parte a profitului agenților și distribuitorilor provine din comisionul primit de la companie, pe baza valorii comenzilor (vezi paragrafele 57 și 59). În ce privește comerțul pe internet, prețul pe care îl fixați va fi prețul plătit de consumator, plus o taxă de livrare. Prețurile produselor ce sunt relativ mari duc la micșorarea numărului de comenzi, pe când prețurile mici produc cât mai multe comenzi.

23. Toate prețurile sunt fixate în Euro, indiferent de zona în care urmează să fie vândute. Datorită faptului că prețurile din NAFTA și cele de pe internet sunt fixate în Euro și ajung la consumatori în dolari, vor fi afectate de fluctuațiile cursului de schimb euro/dolar. Aceasta va afecta capacitatea dvs. de a concura pe aceste piețe și ar trebui luată în considerare când vă fixați prețurile.

Detalii importante

24. Reducerea prețurilor funcționează ca un procedeu pentru obținerea mai multor comenzi doar până la un punct – atunci când publicul devine suspicios cu privire la prețurile foarte mici.

25. În cazul în care decideți să nu oferiți spre vânzare un anumit produs, introduceți prețul zero în Tabelul dvs. de Decizii. Astfel nu veți obține comenzi noi pentru acel produs de pe piață în cursul Trimestrului Următor.

CALITATEA PRODUSELOR

26. Calitatea produselor pe care le oferiți pe piață poate fi controlată prin deciziile (TVD - Rândul E) pe care le luați în perioada de fabricație. În general, cu cât le permiteți mai mult lucrătorilor calificați să assembleze fiecare parte componentă a produsului, cu atât acesta va avea o finisare mai bună și va fi mai fiabil.

27. Se poate întâmpla să livrați produse care prezintă defecte ce pot afecta mediul înconjurător. În afară de costul pentru remedierea fizică a acestor defecte, este posibil să fie afectată într-un mod foarte serios imaginea de marketing, ceea ce va duce la pierderea încrederii publicului și în consecință la pierderea comenzilor.

28. Cu cât acordați mai multă atenție calității, cu atât imaginea produsului dvs. va fi mai bună și veți putea vinde mai multe unități. Pentru o prezentare mai amănunțită despre procesul de control al calității vedeți paragrafele 93 și 103.

29. Produsele cu defecțiuni pot fi returnate de consumatori pentru reparații sau înlocuire pe baza garanției de un an. Cu cât calitatea va fi mai bună, cu atât mai mult va scădea numărul de unități returnate. Reparațiile sunt efectuate de un sub-contractor local căruia îi veți plăti manopera la un preț stabilit de comun acord (TP - Tabelul 9).

Produsele achiziționate pe internet pot fi returnate, pe baza unei garanții fără echivoc, agentului de distribuție și reparate de un sub-contractor local.

CERCETARE ȘI DEZVOLTARE

30. Una dintre metodele principale prin care produsele companiei dvs. își poate păstra cota de piață constă în efortul de a ține pasul cu evoluțiile tehnologiei și designului companiilor concurente și chiar de a avea un avans față de acestea. Acest lucru se realizează prin investiții permanente pentru cercetare și dezvoltarea fiecărui produs (C & D).

31. Această acțiune tinde să aibă rezultate nesigure, astfel încât indiferent de cât de mult decideți (TVD - Rândul G) să cheltuiți nu există o siguranță absolută că echipele dvs. de cercetare vor aduce ceva nou care să contribuie la îmbunătățirea imaginii produselor dvs. într-un termen scurt. Cu toate acestea nu există nicio îndoială asupra faptului că pe măsură ce cheltuiți mai mult, șansa de a face progrese pe termen lung este mai mare, iar aceste progrese pot fi incluse în produsele dvs. Astfel, cheltuielile constante sunt mai eficiente decât cele sporadice. Efectul C & D este cumulat în rezultat astfel că dacă veți investi, mai devreme sau mai târziu acea cheltuială va da roade.

32. Succesul obținut în urma eforturilor depuse de companie pentru cercetare produce îmbunătățiri „Minore” sau „Majore” pentru fiecare produs.

33. Îmbunătățirile Minore sunt comunicate de echipa dvs. de cercetare și incluse în produse imediat și în mod automat fără să se ia nicio decizie pozitivă. Aceste îmbunătățiri au un efect slab, dar imediat asupra vânzărilor dvs.

34. Îmbunătățirile Majore obținute necesită o analiză suplimentară înainte de a vă decide să le includeți în produs. Introducerea unei îmbunătățiri Majore în fabricarea unui produs este foarte importantă și are ca efect crearea de modele actuale ale produsului învechit. Este posibil să acționați prompt pentru epuizarea stocurilor de produse existente sau să vă canalizați eforturile pentru lansarea eficientă pe piață a produsului îmbunătățit. În consecință vi se oferă ocazia de a decide (TVD - Rândul F) când să începeți îmbunătățirea, imediat sau într-un trimestru viitor.

35. Este posibil ca departamentul C & D să nu fi înregistrat niciun succes în cursul Trimestrului Precedent, iar în acest caz lucrătorii departamentului au raportat „Zero”. Acest aspect nu este rău deoarece C & D este un proces cumulativ și după un succes, echipa inițiază un proiect nou de cercetare care poate dura două sau mai multe trimestre până să se vadă roadele. Cu cât investiți mai mult, cu atât este posibil să se reducă mai mult această perioadă de stagnare.

36. Efectul introducerii acestor îmbunătățiri în fabricarea produselor dvs. îl reprezintă crearea unei imagini de marketing mai bună pentru consumatori, astfel încât scala de evaluare a consumatorilor – numărul de stele atribuite, ca urmare a discuțiilor cu eșantioanele de consumatori – probabil va crește. Dacă eforturile dvs. în domeniul cercetării sunt nesemnificative sau nu se bucură de un succes prea mare, atunci produsele dvs. tind să se învechească și drept consecință imaginea de marketing va cunoaște un declin, iar numărul de stele cu care sunt premiate va scădea. Conceperea greșită a unui produs din punct de vedere al afectării mediului, va duce la pierderea de stele datorită imaginii proaste care i se va face.

37. O îmbunătățire Minoră a produsului nu mai necesită decizii suplimentare și va fi inclusă automat în modul de fabricare a produsului și va contribui puțin la îmbunătățirea imaginii produsului.

Detalii importante

38. În cursul fiecărui trimestru, nivelul succesului pe care îl înregistrează departamentul dvs. de C & D este evidențiat în partea de jos a secțiunii “Produs” din Raportul de Management, în care sunt tipărite cuvintele „MAJOR”, „MINOR” sau „ZERO”.

39. Pentru a putea introduce în fabricația unui produs o îmbunătățire, trebuie să apară în raportul pentru Trimestrul Precedent o îmbunătățire Majoră la produsul respectiv. Dacă introduceți o îmbunătățire fără să aveți una Majoră raportată, aceasta se aplică oricum și stocurile existente sunt lichidate, dar nu există niciun avantaj de marketing corespunzător.

40. O îmbunătățire Majoră a produsului se comunică doar o singură dată. Dacă nu o introduceți imediat în Trimestrul Următor, departamentul dvs. de C & D va iniția un nou proiect și va continua raportul cu date despre evoluția acestui proiect. Trebuie să vă amintiți pe parcursul simulării dacă mai aveți la dispoziție îmbunătățiri ce nu au fost implementate încă.

- 41.** Îmbunătățirile Majore care nu se aplică imediat nu se pierd. Vor fi disponibile în continuare până vă hotărâți să le aplicați. Dacă nu începeți aplicarea lor în curând, este posibil să descoperiți că firmele concurente aduc pe piață îmbunătățiri similare înaintea dvs. și captează avantajele de marketing.
- 42.** Este posibil să neglijați o îmbunătățire atât de mult încât să se raporteze alta. În acest caz, când începeți să o implementați pe prima, în mod automat vor fi implementate amândouă cu un efect sporit în ce privește marketingul.
- 43.** Aplicarea unei îmbunătățiri Majore nu are niciun efect asupra portofoliului de comenzi neonorate pe care este posibil să le aveți.
- 44.** Îmbunătățirile Minore constituie rezultatul secundar al cercetării către o îmbunătățire Majoră și nu intervin asupra progresului acelei cercetări.
- 45.** După comunicarea unei îmbunătățiri Majore, departamentul C & D elaborează un nou proiect în cadrul Trimestrului Următor în funcție de nivelul investiției pe care o faceți pentru cercetare.
- 46.** Calitatea managementului va afecta șansele de reușită din cadrul departamentului.
- 47.** Procesul de implementare a unei îmbunătățiri Majore constă din:
- a) În cursul fiecărui trimestru decideți (TVD - Rândul G) să investiți o anumită sumă de bani în departamentul C & D pentru unul sau mai multe dintre produsele dvs.;
 - b) După un număr de trimestre această investiție dă roade, iar departamentul dvs. de C & D comunică o îmbunătățire Majoră pentru unul dintre produse;
 - c) În Trimestrul Următor sau în cursul unui trimestru ulterior, decideți (TVD - Rândul F) să implementați această îmbunătățire. Este important să evaluați beneficiile pe care un produs îmbunătățit le va aduce marketingului, în Bilanț cu pierderile potențiale din lichidările de stocuri de produse învechite, vândute la prețuri mici. Acest lucru depinde de cantitatea stocurilor vechi pe care le aveți la dispoziție;
 - d) Odată ce decideți implementarea acestei îmbunătățiri, la începutul Trimestrului Următor toate stocurile ce conțin acest gen de produse se lichidează, fiind vândute la un preț estimativ, diferit de prețurile standard de pe piață (Tabelul 21);
 - e) Departamentul dvs. de Producție începe să fabrice noul produs pe care departamentul de Marketing îl va vinde;
 - f) Eșantioanele de consumatori analizează produsul nou și probabil îi va crește cotația cu ajutorul stelelor.

PUBLICITATEA

- 48.** Pentru fiecare produs din fiecare zonă trebuie să decideți (TVD - Rândul D) câți bani veți cheltui pentru publicitate.
- 49.** Pentru a promova vânzările produselor dvs. în termen scurt se pun la dispoziție spoturi publicitare de televiziune, materii prime pentru reclamele din presă și așa mai departe. Acest tip de reclame are efect limitat în ce privește activitatea comercială pe internet.
- 50.** Publicitatea pentru imaginea companiei este cumulată, necesitând o cheltuială constantă pe o perioadă de timp pentru a fi eficientă. Nu numai că extinde piața pentru produsele companiei dvs., dar împreună cu reclamele pentru fiecare tip de produs, tinde să contribuie la dezvoltarea globală a pieței. O imagine de corporație puternică este foarte importantă pentru activitatea dvs. comercială pe internet și reprezintă cea mai bună motivație pentru a determina publicul să viziteze website-ul dvs.
- 51.** În afară de publicitatea directă, este important pentru utilizatorii de internet ca website-ul pe care îl dețineți să reflecte și să mențină imaginea de marketing a companiei dvs. Puteți decide (TVD - Rândul L) cât de mult cheltuiți în fiecare trimestru pentru sporirea eficienței și a puterii de atracție a website-ului dvs.
- 52.** Nu există informații exacte în ce privește efectele publicității, cu excepția faptului că afectează vânzările de produse diferit în diverse regiuni. Publicitatea din NAFTA și de pe internet va depinde și de fluctuația cursului de schimb euro/dolar.

VÂNZAREA

53. În general, există două moduri în care vă puteţi vinde produsele:

- a) Către detailişti din Europa şi NAFTA care apoi vor vinde consumatorilor.
- b) Direct către clienţii din întreaga lume (inclusiv din Europa şi NAFTA) prin intermediul internetului.

Agenţii de vânzări de pe piaţa europeană

54. Pe piaţa europeană veţi numi agenţi care să acţioneze în numele companiei dvs. şi care vor vinde şi distribui produsele dvs. Trei decizii (TVD - Rândul J) sunt necesare pentru fiecare trimestru:

55. Numărul de agenţi care doriţi să vă reprezinte pe piaţa europeană (în total) de la începutul Trimestrului Ulterior celui Următor.

56. Suma compensatorie pe care sunteţi pregătiţi să o cheltuiţi pentru fiecare agent pe trimestru. Această sumă cuprinde plăţile de susţinere a activităţilor de vânzare, supervizare şi contabilitate, cercetare de piaţă, etc., include şi o plată trimestrială minimă pentru fiecare agent, pentru a acoperi anumite cheltuieli administrative. Orice decizie de a cheltui mai mult decât această sumă minimă va permite acoperirea unei arii geografice mai mari de către fiecare agent şi va îmbunătăţi vânzările în favoarea dvs. (TP - Tabelul 3).

57. Procentul de comision plătit agenţilor este în funcţie de valoarea comenzilor primite în cursul fiecărui trimestru. Comisionul reprezintă principala sursă de venit a agenţilor. Un comision mai mare îi motivează să vândă mai mult în favoarea dvs. şi îi va recompensa pentru faptul că preţul produsului vândut pe internet tinde să devină mai mic decât preţul produsului vândut cu amănuntul.

58. Pentru că piaţa europeană este vastă, este posibil să aveţi nevoie de mai mulţi agenţi care să acopere complet zona. Eficienţa lor va depinde de suportul pe care îl veţi oferi. Susţinerea scăzută implică o muncă într-o rază limitată de acţiune pe când o susţinere mai accentuată extinde aria pe care aceştia o pot acoperi. Cu cât este mai mare comisionul cu care sunt plătiţi, cu atât mai accentuată va fi motivaţia de a vinde în această zonă, mai ales dacă aceşti agenţi sunt susţinuţi de publicitate la un nivel corespunzător.

Distribuitorii din NAFTA

59. Piaţa NAFTA este mai greu şi mai costisitor de abordat din cauza dificultăţilor de distribuţie. Pentru a avea acces la această piaţă, numiţi distribuitori care au o reţea stabilă de angroşişti. Deciziile necesare pentru distribuitorii din zonele Americii de Nord sunt:

- a) Numărul de distribuitori care doriţi să acţioneze în numele companiei dvs. (în total);
- b) Suma plăţilor compensatorii pe care decideţi să le oferiţi fiecărui distribuitor cu condiţia unei plăţi minime care să acopere cheltuielile de bază (TP - Tabelul 3). Plăţile compensatorii sunt destinate pentru acoperirea costurilor de gestiune a produsului. Va creşte eficienţa acestei operaţiuni în favoarea dvs. pe măsură ce cresc şi plăţile compensatorii, dar în acelaşi timp va fi afectată şi de fluctuaţiile indicilor relativi de preţuri şi de cursul de schimb;
- c) Procentul pe care îl veţi plăti distribuitorilor sub formă de comision în funcţie de valoarea vânzărilor efectuate.

60. În general aceiaşi factori care îi motivează pe agenţii de vânzări de pe piaţa europeană sunt valabili şi pentru distribuitorii din zonele Americii de Nord. Cu toate acestea distribuitorii nu sunt vânzători activi ai produselor dvs. În schimb răspund cerinţelor create de publicitatea pe care o faceţi. Comisioanele nu au rolul de a stimula cererea pentru produsele dvs., dar acoperă profitul distribuitorilor şi alte costuri variabile.

Mai mult pentru familia ta!



Family Time

AI CEL MAI TARE BONUS LA ABONARE:

- **COMUNICARE NELIMITATĂ** în rețea cu cineva drag
- **MINUTE** naționale / internaționale lunar



Lumea noastră ești tu

Oferta este valabilă pentru abonați persoane fizice: 1) clienți noi COSMOTE, la activarea a cel puțin două abonamente de voce, pe aceeași factură, indiferent de planul tarifar ales sau 2) clienți existenți cu contract de voce COSMOTE, care activează în perioada promoțională cel puțin un contract nou de voce, pe aceeași factură, indiferent de planul tarifar ales. La activarea contractului nou pe 12/24 de luni, clientul va indica numărul considerat favorit din numerele existente pe contul său. Numărul favorit va putea fi apelat nelimitat și gratuit de către celălalt număr activat, pe toată perioada contractului. De asemenea, fiecare din cele două numere va primi bonus lunar de 25 de minute naționale / internaționale Zone 1 timp de 12/24 de luni. Detalii pe www.cosmote.ro și în magazine.



Global Management Challenge este o competiție de strategie și de management, unică în peisajul socio-economic actual, care are la bază un simulator interactiv de business ce permite învățarea prin experimentare directă a mecanismelor de conducere a unei afaceri. În România a ajuns la a VIII-a ediție, iar în lume deja vorbim despre o istorie întinsă pe parcursul a 33 de ani. Echipe din 42 de țări (și care reprezintă de asemenea companii de prestigiu înscrise în GMC) se luptă, an de an, să cucerească titlul mondial – Germania, Franța, Italia, Mexic, Brazilia, Grecia, Rusia, China sau Statele Unite ar fi doar câteva exemple.

Beneficii participanți

- dezvoltarea abilităților manageriale
- analiza și prelucrarea datelor financiare
- abilitatea de a gândi strategic
- flexibilitatea într-un mediu în permanentă schimbare
- dezvoltarea spiritului antreprenorial
- exercițiu de team-building
- dezvoltarea abilităților de comunicare



Internetul

61. Puteți să vindeți direct consumatorilor din întreaga lume prin intermediul internetului. Numărul comenzilor pe care le veți primi depinde nu doar de factorii de marketing normali ai prețului (plus taxa de livrare), publicitate, calitate și utilitate, ci și de puterea de atracție, ușurința cu care se utilizează website-ul și puterea de cumpărare pe care acesta o insuflă, susținute de o imagine de companie puternică. Rolul publicității pe termen scurt este acela de a aminti publicului care sunt produsele disponibile pe website-ul dvs.

62. O problemă cu privire la comerțul pe internet este aceea că accesul consumatorilor la internet depinde de posibilitatea de acces la computere care este fără îndoială universală. O altă problemă este că veți concura împotriva propriilor produse disponibile prin intermediul piețelor de desfacere en-detail. Avantajul este că nu depindeți de intermediari care să vândă în numele dvs., iar consumatorii plătesc pe baza cărților de credit. Prin această modalitate primiți banii imediat ce mărfurile sunt livrate.

63. Procesarea comenzilor și plățile pe bază de cărți de credit sunt administrate de un software securizat de comerț pe internet. Comenzile sunt transmise unui singur agent de distribuție pentru a fi ambalate și livrate. Eficiența și grija cu care se realizează acest proces va influența imaginea de marketing astfel că serviciile de calitate slabă pe care le oferă agentul dvs. de distribuție se vor reflecta într-un mod neplăcut asupra companiei și produselor dvs. În schimb, serviciile prompte și eficiente vor promova o imagine foarte bună.

64. Agentul de distribuție este plătit cu o sumă fixă în fiecare trimestru, echivalentă cu plata compensatorie a agenților detașiști, plus un procent din valoarea produselor care acoperă ambalarea, livrarea, profitul și cheltuielile administrative. Valoarea acestor parametri o decideți în cursul fiecărui trimestru (TVD Rândul J) iar suma plătită va influența eficiența și preocuparea agenților.

Detalii importante

65. În cazul în care nu aveți agenți sau distribuitori care lucrează pentru dvs., nu veți obține nicio comandă de pe piața europeană și NAFTA. Dacă nu aveți agenți sau distribuitori și doriți să angajați câțiva, trebuie să decideți cu un trimestru înainte câți agenți și distribuitori vreți să recrutați, ce plăți și comisioane sunteți dispuși să oferiți, astfel încât potențialii agenți și distribuitori să poată vedea care sunt condițiile înainte de a se integra în rețeaua dvs.

66. Reducerea numărului de agenți trebuie comunicată de asemenea cu un trimestru înainte.

67. Pentru recrutarea și încetarea activității agenților și distribuitorilor se plătesc anumite taxe (Tabelul 3).

68. La fel ar trebui procedat și în cazul operațiunilor pe internet, dar aici aveți nevoie de un singur agent de distribuție. Agentul este numit automat când începeți operațiunea pe internet, și își încetează activitatea odată cu aceasta.

69. Dacă doriți să inițiați activitatea pe internet pentru prima dată, trebuie să decideți câte portaluri/servele va opera sistemul dvs. Luarea acestei decizii va reprezenta începerea operațiunii: un distribuitor va fi recrutat în mod automat și vă veți conecta la un furnizor de servicii de internet. Comenzile vor începe să curgă în cursul Trimestrului Următor.

70. Inițierea unei activități pe internet induce costuri substanțiale, incluzând cel puțin o plată compensatorie minimă pentru distribuitor (TP - Tabelul 4).

71. Încheierea unei activități pe internet necesită o notificare cu un trimestru înainte și se semnalează prin reducerea numărului de portaluri/servele la zero.

72. Comisionul cu care sunt plătiți agenții de pe piața europeană depinde de valoarea comenzilor primite. Distribuitorii din NAFTA sunt plătiți pe baza comisionului dat de valoarea vânzărilor. Distribuitorul pe internet este plătit cu un procent din vânzări. Agenții și distribuitorii sunt receptivi la recompensele pe care le primesc în comparație cu activitatea dvs. pe internet. În cazul în care vor considera că activitatea pe internet concurează necinstit împotriva lor și le scade profitabilitatea, vor deveni nemulțumiți și vor părăsi compania. Această situație poate fi controlată prin nivelul comisionului plătit.

73. Capacitatea website-ului dvs. de administrare a potențialilor clienți în perioadele de vârf, este esențială pentru imaginea de marketing. Persoanele care nu pot accesa website-ul pentru că acesta nu dispune de capacitatea necesară, vor fi dezamăgiți și vor merge în altă parte. Vă sunt puse la dispoziție statistici pentru controlul asupra situației și pentru luarea de măsuri dacă este necesar. Adăugarea unor portaluri/servele suplimentare la sistemul existent va avea doar un efect parțial asupra numărului de comenzi primite în trimestrul în care aceste portaluri/servele sunt deschise.

DISPONIBILITATEA PRODUSELOR

74. Disponibilitatea produselor are efect asupra numărului de comenzi primite. Este important pentru departamentul dvs. de Producție să țină pasul cu numărul de comenzi. Produsele fabricate sunt expediate către depozitele agenților de pe piața europeană, către distribuitorii din NAFTA și către agentul de distribuție pe internet. Este de preferat ca toate comenzile să fie livrate cât mai curând posibil în cursul aceluiași trimestru în care au fost primite. Ca urmare, ar trebui să păstrați un stoc corespunzător de produse, disponibil în toate zonele, astfel încât livrările să poată fi efectuate cu promptitudine. Comenzile se transformă în vânzări doar în momentul în care mărfurile au fost livrate. Neonorarea comenzilor primite, prin insuficienta aprovizionare a agenților din Europa și NAFTA, va genera o mulțime de clienți în așteptare. Acest lucru va duce la apariția nemulțumirilor și pierderea vânzărilor, ceea ce va afecta în mod nefavorabil imaginea de marketing. Cu cât este mai mare numărul de comenzi neonorate, cu atât mai mare va fi efectul defavorabil de marketing.

75. Disponibilitatea produselor afectează și capacitatea dvs. de a face comerț pe internet. Mărfurile care urmează să fie vândute pe internet sunt trimise din fabrică la depozitul agentului de distribuție. În cazul în care cererea depășește produsele disponibile, nu mai pot fi acceptate comenzi, iar potențialii clienți vor fi pierduți. Astfel, imaginea companiei de comerciant eficient pe internet va cunoaște un declin.

76. Este esențial ca departamentul de Marketing să coopereze strâns cu cel de Producție, punându-i la dispoziție cele mai bune prognoze ale cererii, astfel încât cantitățile necesare de produse să poată fi expediate în toate zonele. Problemele de producție care afectează disponibilitatea produselor influențează și marketingul și trebuie soluționate printr-un acord reciproc.

Detalii importante

77. La sfârșitul fiecărui trimestru, cel puțin jumătate din comenzile neonorate pe piața europeană și NAFTA vor fi anulate de potențialii dvs. clienți, iar acele comenzi care rămân să fie furnizate în Trimestrul Următor, vor fi considerate comenzi neonorate, dar care vor fi rezolvate imediat ce sunt disponibile produsele. Dacă decideți (TVD - Rândul C) să creșteți prețul între timp sau să reduceți calitatea produselor într-un anumit mod, și mai multe comenzi neonorate vor fi anulate la începutul Trimestrului Următor, iar numărul total de comenzi anulate va fi atunci mai mare de jumătate. Dacă decideți să opriți fabricarea unui produs, toate comenzile neonorate pe care le aveți în acel moment urmează să fie onorate la prețul din cursul Trimestrului Precedent. Comenzile anulate nu ajung direct la concurenții dvs., dar pe viitor există această tendință datorită imaginii defavorabile datorate livrării defectuoase a produselor.

78. Dacă pe internet apare o indisponibilitate de produse, nu se mai acceptă nicio comandă. Prin urmare, chiar dacă este posibil să nu existe comenzi neonorate, apare un efect negativ asupra imaginii de marketing.

UN VAPORAȘ ÎNTÂLNEȘTE UN CUBULEȚ DE GHEAȚĂ

TESTARE
BONUS



Când dramele sunt prea greu de suportat pe ecran mare, încearcă un ecran mai mic.
Pentru că acum ai televiziune și pe mobil:

- Canale TV disponibile 24/24
- Imagine HIGH-QUALITY la viteză 3G



Instalează acum aplicația din Play Store
și App Store!



Lumea noastră ești tu

Construiești-ti Cariera alaturi de Noi

GLOB



Locuri de muncă

Cursuri Calificare
Perfectionare

Training-uri
Dezvoltare Personală

Consiliere

Dima Consulting Group este o firmă specializată în activități de: selecție și recrutare personal, evaluare și intervenție organizațională, traininguri, cursuri de calificare și specializare, elaborare și implementare sisteme de management al performanțelor, evaluarea angajaților.

Apărută pe piață în 1996, **Dima Consulting Group** a crescut de la an la an, astfel încât, în prezent este lider regional în domeniul Consultanței în Resurse Umane.



Dima
Consulting
Group®

MANAGEMENTUL DE MARKETING

79. Toate eforturile de marketing depind de un bun management. Suma pe care decideți (TVD - Rândul R) să o repartizați bugetului de management va avea astfel un efect important asupra calității gestiunii vânzărilor și prin urmare asupra succesului general al eforturilor dvs. de marketing.

80. Eforturile de vânzare ale companiei implică un cost indirect, care acoperă cheltuielile pentru coordonarea unui birou de vânzări și pentru supervizarea eforturilor de marketing. Acesta se calculează ca procent din valoarea comenzilor obținute în fiecare trimestru.

81. Majoritatea factorilor de marketing (de ex. publicitatea, calitatea, comisioanele, etc.) sunt condiționați de Teoria Randamentelor Descrescătoare, astfel că eforturile sporite nu duc la rezultate pe măsura acestora.

PRODUCȚIE & DISTRIBUȚIE

Departamentul de Producție din cadrul companiei dvs. este responsabil cu fabricarea și distribuirea produselor într-un mod cât mai ieftin și eficient posibil, conform standardelor de calitate stabilite de departamentul de Marketing. Acest fapt implică cooperarea cu departamentul de Marketing pentru a se asigura că prognozele cu privire la cerere pot fi realizate datorită unei producții suficiente, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. De asemenea, presupune cooperarea cu departamentul Resurse Umane pentru a asigura existența forței de muncă suficientă pentru a face munca la un preț rezonabil. În plus, implică o planificare amănunțită pentru a asigura existența utilajelor suficiente și a unui flux eficient de achiziții de materii prime.

82. Cele trei tipuri de produse pe care compania dvs. le vinde sunt fabricate în cadrul companiei dvs., dintr-o materie primă fundamentală. Fabricarea produselor implică două procese succesive:

83. Fabricarea, proces prin care componentele produsului sunt fabricate cu ajutorul utilajelor, fiecare utilaj fiind asistat de patru muncitori necalificați. Este posibil ca în atelierul mecanic să se lucreze în mai multe schimburi.

84. Asamblarea, proces prin care componentele fabricate de utilaje sunt asamblate în produse finite și ambalate de muncitori calificați, care lucrează într-o singură tură.

85. Perioadele minime necesare pentru prelucrarea unei unități din fiecare produs în fiecare etapă și conținutul de materie primă sunt prezentate în TP - Tabelul 5.

86. Nu există un flux continuu al activității, prin urmare numărul de produse ce pot fi fabricate în compania dvs. în fiecare trimestru va depinde fie de capacitatea atelierului de a produce părțile componente, fie de numărul de produse finite ce pot fi asamblate în atelierul de asamblare, oricât de mic ar fi numărul lor. Capacitatea de producție nu va fi niciodată limitată de lipsa materiei prime, pentru că, în cazul unui deficit, aceasta este automat achiziționată la vedere, deși la un preț ridicat.

FABRICAREA COMPONENTELOR

87. Capacitatea totală a atelierului de fabricare depinde, din punct de vedere al orelor de producție, de numărul de utilaje pe care decideți (TVD - Rândul K) să îl aveți în fabrică, de sistemul de ture (TVD - Rândul N) pe baza căruia decideți să lucrați, redus de numărul de ore pierdute datorită avariilor și a vitezei mai mici de funcționare a utilajelor din cauza uzurii. Timpul de funcționare a utilajelor poate fi redus destul de mult de defecțiuni grave ale utilajelor. Acest fapt duce la pierderea timpului necesar pentru executarea operațiilor de fabricație, ceea ce înseamnă mai multe zile până când va fi reparat utilajul respectiv. Dacă această pierdere de timp cauzează și o pierdere în vânzări, atrăgând după sine și comenzi neonorate, valoarea vânzărilor pierdute poate fi recuperată de la compania dvs. de asigurări și costul acestor reparații poate fi acoperit.

88. TP - Tabelul 7 stabilește numărul maxim de ore din cursul fiecărui trimestru, disponibile pentru producție pentru fiecare utilaj, ținând cont de fiecare din cele trei niveluri ale sistemului de lucru în schimburi pe care l-ați decis (TVD - Rândul N).

Detalii importante

89. Perioadele de funcționare a utilajelor, prezentate în TP - Tabelul 5, sunt acordate pentru producerea unui set complet de componente ce urmează a fi asamblate în produsul finit. Acestea sunt termenele care se așteaptă din partea unor utilaje noi, 100% eficiente. Pe măsură ce mașinile se învechesc sau se uzează mai mult, eficiența lor scade și durează mai mult producerea componentelor pentru fiecare produs. Acest proces de deteriorare poate fi încetinit sau oprit prin introducerea unui program preventiv de întreținere, dar în cele din urmă fiecare utilaj va ajunge la un nivel de ineficiență, iar în acest caz ar fi mai bine să se vândă și să fie înlocuit cu unul nou. O consecință în plus a acestei învechiri este aceea că utilajul se va strica mult mai des, iar orele de producție vor fi pierdute până când acesta va fi reparat din nou. Evaluarea asigurării privind vânzările pierdute ia în considerare mai întâi Produsul 3 în Europa, apoi în NAFTA și la sfârșit pe internet. Urmează Produsul 2 și în final Produsul 1 până când toate vânzările pierdute exclusiv din cauza incapacității utilajelor sunt acoperite.

ÎNȚEȚINEREA UTILAJELOR

90. Întreținerea utilajelor din compania dvs. se realizează de către furnizorii independenți. Trebuie să decideți în cursul fiecărui trimestru (TVD - Rândul M) câte ore de întreținere doriți să contractați pentru fiecare utilaj. Este o sumă fixă pentru fiecare oră contractată pentru fiecare utilaj (TP - Tabelul 6), iar această sumă acoperă manopera, piesele de rezervă, materiile prime, uneltele și supervizarea. Prioritatea principală a efortului de întreținere va fi repararea utilajelor stricate, iar orele care rămân din cadrul contractului vor fi folosite în scopul întreținerii preventive în afara orelor de program normal. Când apare o defecțiune gravă la un utilaj, reparațiile sunt făcute de furnizorii normali de întreținere, în modul obișnuit. Costul acestei munci (care trebuie făcută în regim de urgență) se adaugă la cererea de asigurare trimestrială pentru a fi achitată de compania dvs. de asigurări.

91. Cu cât mai mult asigurați o întreținere preventivă, cu atât veți reduce defecțiunile, iar în cazul în care apare vreuna, timpul de reparație a utilajului respectiv va fi mai scurt. Întreținerea preventivă încetinește de asemenea durata în care utilajul își pierde din eficiență.

92. Dacă orele contractate pentru întreținere nu sunt suficiente pentru a acoperi perioadele de bază pentru reparații, toate orele suplimentare necesare pentru aceasta, vor fi taxate la un preț mai ridicat, de urgență (TP - Tabelul 6).

ASAMBLAREA

93. În același mod în care este limitată de capacitatea utilajelor, producția din cadrul fabricii dvs. depinde de abilitatea lucrătorilor calificați de a asambla componentele fabricate de utilaje în produse finite. TP - Tabelul 5 pune la dispoziție perioadele minime pentru asamblarea fiecărui produs. Însă perioadele efective acordate vor fi decise (TVD - Rândul E) ca și componente ale strategiei dvs. de marketing. Cu cât acordați mai mult timp pentru perioadele de asamblare, produsele pe care le fabricați vor avea o calitate mai bună (până la un punct).

94. După ce ați decis care este timpul ce ar trebui să se acorde pentru a asambla o unitate a fiecărui produs, numărul de unități din fiecare produs pe care îl puteți fabrica și varietatea de produse, toate acestea vor depinde de numărul lucrătorilor calificați pe care îi angajați, redus de absenteism și conflicte de muncă. Lucrătorii de asamblare lucrează doar în schimbul de zi (unicul schimb) până la numărul de ore maxim pe trimestru (TP - Tabelul 16), dar nu există o limită în ce privește numărul lucrătorilor pe care îi puteți angaja, cu condiția să îi puteți convinge să vină și să lucreze pentru compania dvs. Lucrătorii de asamblare sunt predispuși la accidente serioase ca oricare alții, atât la serviciu, cât și acasă. Absența prelungită poate afecta într-un mod foarte serios programul dvs. de producție și duce la pierderea vânzărilor. Când se întâmplă un astfel de incident, sunt aduși temporar lucrători de asamblare de la o agenție de servicii, căreia trebuie să-i plătiți de două ori salariul pe ora de asamblare, acordat lucrătorilor dvs. Între timp continuați să vă plătiți lucrătorul propriu care este bolnav. După ce s-a stabilit timpul ce ar trebui acordat pentru asamblare, costurile suplimentare cu agenția de servicii se adaugă la cererea de daună a companiei pentru a fi achitate de compania dvs. de asigurări.

PLANIFICAREA PRODUCȚIEI

95. Principala serie de decizii (TVD - Rândul B) privind departamentul de Producție în cursul fiecărui trimestru se referă la planul de producție. Acesta ar trebui să fie pregătit în cooperare cu departamentul de Marketing care compară previziunile vânzărilor cu abilitatea departamentului de Producție de a fabrica produse și de a le expedia în zonele de consum. Planul de producție constă din numărul fiecărui tip de produs pe care doriți să îl fabricați și să îl expediați în fiecare zonă în Trimestrul Următor.

96. Atunci când schițați planul de producție, trebuie să vă amintiți să modificați previziunile făcute cu privire la cererea pieței:

- a) Adăugând produsele nelivate ca și comenzi neonorate din Trimestrul Precedent;
- b) Scăzând stocurile de produse rămase nevândute în depozit, în Trimestrul Precedent. (Aveți grijă să nu țineți seama de stocul care va fi amortizat în cazul în care doriți să începeți o îmbunătățire Majoră a produsului).

97. În mod normal, cantitățile de produse fabricate sunt acelea planificate pentru expediere plus cele care au fost fabricate din nou din cauza faptului că cele originale au fost respinse ca fiind defecte în stadiul de asamblare sau în cel de verificare a calității.

98. În afară de costurile de manoperă și cele ale materiei prime, care sunt analizate în altă parte, există câteva costuri pe jumătate fixate, stabilite pentru departamentul de producție. Acestea sunt:

- a) un cost pe tură pentru supervizare;
- b) un cost pe utilaj pentru alte cheltuieli de producție;
- c) o taxă pe oră de exploatare a utilajului;
- d) o taxă pentru planificarea producției pentru fiecare unitate solicitată pentru livrare (TP - Tabelul 10).

Detalii importante

99. Dacă planul dvs. de producție este prea ambițios pentru că nu aveți suficienți lucrători calificați sau utilajele nu au destulă capacitate, numărul de produse fabricate va fi redus la cantitățile pe care le puteți produce. Prin controlul calității se vor respinge toate produsele care nu îndeplinesc standardele, iar restul va fi expediat proporțional cu numărul solicitat în planul de producție inițial. Un plan de producție elaborat într-un mod corect va lua în considerare resursele pe care le aveți la dispoziție și va ține seama de toți factorii care ar putea reduce utilizarea acestor resurse. Când planul de producție va fi redus în acest mod, veți descoperi că acolo unde deciziile dvs. sunt reluate în Raportul de Management pentru Trimestrul Următor, numerele care au fost afectate sunt însemnate cu asteriscuri (*).

100. Toate stocurile de produse rămase nevândute într-o zonă, la sfârșitul unui trimestru, vor fi păstrate în depozit pentru a fi vândute în Trimestrul Următor. Pe de altă parte, puteți lua o decizie (TVD - Rândul B) pentru a returna surplusurile de stocuri de la agentul dvs. de distribuție pe internet și/sau de la agenții de vânzări din Europa, pentru ca fabrica să le redistribuie în alte zone, specificând o cantitate negativă în Tabelul de Decizii (TVD - Rândul B). Mărfurile din NAFTA nu pot fi returnate. Cantitatea de produse pe care o returnați dintr-o zonă nu ar trebui să depășească numărul rămas în stoc la sfârșitul Trimestrului Precedent.

101. Dacă nu aveți agenți care să lucreze în piață în numele companiei dvs., nu veți putea produce sau expedia mărfuri în acele zone din moment ce nu există cineva care să vă gestioneze produsele. Deciziile cu privire la acest mod de acțiune vor fi stabilite la „0” și numerele afectate vor fi însemnate cu asteriscuri (*).

102. Produsele refuzate în procesul de producție sunt vândute ca rebuturi la prețurile stabilite în TP - Tabelul 8 și reduc numărul de unități disponibile pentru livrare, deși dacă aveți suficientă capacitate, vor fi fabricate în mod automat produse suplimentare care să le înlocuiască pe cele respinse, astfel încât livrările să fie finalizate.

GARANȚIE & CALITATE

103. Compania dvs. oferă o garanție de un an pentru produsele pe care le fabrică. În mod inevitabil unele dintre produse vor avea defecte când vor ajunge în posesia consumatorilor și vor fi înapoiate în condițiile de garanție. Repararea produselor din zonele Europei și NAFTA, returnate în condiții de garanție, se face prin intermediul agențiilor de service din zonă, care fixează o taxă companiei pentru reparațiile efectuate. Aceste taxe sunt stabilite în TP - Tabelul 9. Produsele returnate în garanție la distribuitorul pe internet sunt reparate de un sub-contractor local, la un cost (incluzând livrarea) stabilit în TP - Tabelul 9.

104. Este posibil ca produsele dvs. să fie expediate cu defecte de design nebănuite sau să fie fabricate din materii prime ce sunt sub standard, astfel încât să devină un pericol pentru consumatorii care le cumpără. În cazul în care se întâmplă acest incident, produsele sunt înapoiate în condiții de garanție pentru a fi reparate în număr mare și trebuie să solicitați de asemenea verificarea și repararea tuturor unităților ce se află în acel moment în sistemul de distribuție. Această activitate este efectuată de furnizorul care se ocupă de aceste reparații în mod normal, care (din cauza volumului de produse implicate) pretinde o taxă de 75% din plata de bază a reparației pe unitate. Costul suplimentar al reparației efectuate datorită unui incident de acest tip, se adaugă la cererea de daună trimestrială privind asigurarea companiei.

105. Numărul de produse fabricate sub standard, care ajung în posesia consumatorilor și apoi sunt înapoiate pentru reparații în condiții de garanție, va afecta imaginea produselor dvs. și prin urmare, capacitatea de a promova cu succes produsul pe piață în viitor.

106. Numărul de produse înapoiate pentru reparații sub condiții de garanție depinde în parte de timpul pe care îl acordați lucrătorilor calificați pentru asamblarea produselor. Cu cât vor avea mai mult timp la dispoziție, vor găsi mai multe dintre părțile defecte, iar asamblarea va avea o calitate mai bună.

107. Departamentul de Control al Calității din cadrul companiei dvs. are un cost fix pe trimestru (TP - Tabelul 10).



A 180 CDI BlueEFFICIENCY - Consumul de carburant mixt (l/100km) conform cu 80/1268/EEC min: 3,8; max 4,0. Emission dioxid de carbon (g/km): min 98; max 105. Mașina din imagine este cu titlu de prezentare.

Noua Clasă A.

Pulsul unei noi generații.

WOW este senzația ce conduce fiecare test drive cu Noua Clasă A spre o singură replică: o vreau! Ritmul bătăilor inimii se sincronizează natural cu dinamica excepțională a noilor motoare.

Și așa apare dorința pură!

Cât despre uimire, această emoție primește un nou contur odată cu liniile spectaculoase ale noii Clase A. www.mercedes-benz.ro/NouaA





Mercedes-Benz

Din 1992 Mercedes-Benz împărtășește pasiunea cu Dumneavoastră în România, iar succesul crează dependență: te regăsești în el pentru un drum lung, condus de dorința de a te dăruia în totalitate, plin de entuziasm și angajament. Compania noastră are o tradiție de peste 125 de ani și deține nenumărate inovații în domeniul mobilității. Azi ne concentrăm atenția asupra automobilelor de pasageri ca referință de calitate, asupra excepționalelor vehicule comerciale și asupra serviciilor remarcabile care aduc valoare în viața personală și profesională a clienților noștri. Eforturile noastre pentru atingerea acestor obiective sunt îndrumate de standarde etice foarte ridicate, preocuparea pentru mediul înconjurător și valorile fundamentale ale companiei: pasiune, respect, integritate și disciplină.

"The best or nothing" este motto-ul companiei, iar "Fit for Leadership" este strategia noastră orientată spre anul 2020. Leadership-ul a fost mereu o ambiție tradițională a mărcii noastre, iar în acest context, el se referă la toate aspectele business-ului: lideri de piață, cei mai buni specialiști, angajator de top etc. Angajații noștri sunt cei mai buni, iar prin acest program noi contribuim la dezvoltarea lor continuă, pentru ca ei să rămână cei mai buni.

"Fitness" înseamnă eficiență, în contextul de afaceri, iar eficiența se construiește și se menține cu abilități profesionale și cu disciplină, care este una din valorile noastre fundamentale. Prin GMC, managerii noștri au libertatea de a experimenta strategii și pot observa cât de înțelepte și de eficiente au fost ele în contextul pieței concurențiale. Ei pot apoi să transpună aceste cunoștințe în activitatea lor zilnică și să le utilizeze atunci când iau decizii pentru și în numele companiei. Ei vor putea planifica aceste decizii, pe baza reacțiilor anticipate din piață și astfel planurile lor de acțiune vor fi mai durabile.

Un simulator de afaceri are pentru manageri, aceleași valențe ca un simulator de zbor pentru piloți. Este motivul principal pentru care noi am ales această manieră de formare profesională pentru managerii noștri.

LIVRAREA, DEPOZITAREA & DISTRIBUȚIA

108. Numărul de produse livrate în Europa, NAFTA și la agentul dvs. de distribuție pe internet va fi același care a fost stabilit (TVD - Rândul B) în planul de producție doar dacă sursele de producție nu limitează posibilitatea de a fabrica aceste cantități. Produsele sunt transportate în depozite controlate de agenți și distribuitori care stabilesc o taxă pentru depozitare (TP - Tabelul 13).

109. Atunci când în cadrul sistemului dvs. de distribuție este posibil ca diverse unități finite să fie pierdute, furate sau deteriorate astfel încât să nu ajungă la destinația finală în condiții de utilizare, aceste unități trebuie să fie amortizate. În funcție de nivelul de stocuri pe care îl aveți în depozite, pierderile de acest gen pot duce la neonorarea comenzilor și pierderea vânzărilor. Dacă din cauza lipsei unui produs nu se onorează o comandă, agentul dvs. de asigurări este pregătit să acopere prețul întreg al vânzărilor pentru toate vânzările pierdute. Unitățile de produs care nu duc la pierderi ale vânzărilor (pentru că aveți suficiente stocuri în sistem) sunt asigurate la prețul evaluat (TP - Tabelul 21). Aceste evaluări se adaugă la cererea de asigurare trimestrială a companiei dvs.

110. Livrările de marfă pentru agenți și distribuitori se fac în containere de transport de mărime standard, livrate cu ajutorul mijloacelor de transport închiriate. Capacitatea containerelor este stabilită în TP - Tabelul 11. Încărcăturile pot fi alcătuite din mai multe produse. Încărcăturile parțiale sunt taxate la prețul întreg. Cheltuielile de livrare sunt stabilite în TP - Tabelul 12.

111. Distanțele până la distribuitorul dvs. pe internet și până la portul de unde se expediază către NAFTA, au o lungime fixă (TP - Tabelul 12). Distribuitorii din NAFTA sunt responsabili pentru transportul mărfurilor din port la detailiștii din NAFTA. Transporturile în Europa se efectuează în circuit și depind de numărul de agenți care vând în numele companiei dvs.

Detalii importante

112. Livrarea presupune prețul total pe zi, acoperind închirierea containerului și costurile de transport (TP - Tabelul 12). Costul total de livrare la agentul dvs. de distribuție pe internet și la distribuitorii din NAFTA va depinde de numărul de încărcături solicitate pentru distribuirea numărului de produse pe care l-ați specificat pentru livrare și distanța fixă a călătoriei. Livrarea în Europa mai depinde și de numărul de agenți de pe piața europeană (considerându-i distribuiți în mod egal pe tot cuprinsul zonei). Costul pe zi și distanțele medii se stabilesc în TP - Tabelul 12.

113. Unitățile de produse finite se depozitează în Europa (incluzând produsele pentru distribuitorul pe internet) și NAFTA la un preț pe unitate, bazat pe o medie de depozitare de un trimestru (TP - Tabelele 13 și 14). Depozitarea în NAFTA se plătește în dolari care sunt schimbați în euro în funcție de rata de schimb cotelată în Raportul de Management din Trimestrul Precedent.

ACHIZIȚIONAREA ȘI DEPOZITAREA MATERIEI PRIME

114. Toate cele trei tipuri de produse folosesc același tip de materie primă, în cantitățile precizate în TP - Tabelul 5.

115. Materia primă poate fi comandată (TVD - Rândul H) pe piețele de mărfuri cu livrare la termen de 3 sau 6 luni, sau poate fi comandată pe loc cu prețul la vedere, cu termen de livrare în Trimestrul Următor. Prețurile pentru fiecare sunt cotate la sfârșitul Trimestrului Precedent. Materiile prime comandate prin livrare la termen nu implică și cheltuieli de depozitare, dar intră în posesia dvs. din momentul în care au fost comandate și valorile apar în balanțele contabile. Odată ce materia primă este livrată, va trebui probabil să plătiți costurile de depozitare.

116. Capacitatea dvs. de a face achiziții eficiente va depinde de acuratețea previziunilor pe care le faceți în legătură cu posibilele vânzări ale produselor dvs., de modul în care utilizați indicatorii economici pentru a previziona fluctuația prețurilor materiei prime și de utilizarea unei strategii de cumpărare rațională.

Detalii importante

117. Materia primă comandată în cursul Trimestrului Următor este facturată în Trimestrul Următor în funcție de prețurile cotate în dolari în Trimestrul Precedent. Suma echivalentă în euro este plătită apoi în două tranșe: 50% imediat și 50% în Trimestrul Următor. Nu se face nicio modificare privind rata de schimb între aceste două tranșe ale plății. Partea a doua a plății se raportează în Bilanț ca și Datorii Furnizori până când este plătită în cursul Trimestrului Ulterior celui Următor.

118. În cazul în care planul de producție necesită o cantitate mai mare de materie primă decât cea pe care o aveți la dispoziție pentru Trimestrul Următor, cumpărați în mod automat la vedere, dar la un preț mai ridicat (TP - Tabelul 13).

119. Departamentul de achiziții și depozitare din cadrul companiei dvs. implică și un cost de administrare pe trimestru (TP - Tabelul 13).

120. Materia primă este depozitată în spații acoperite din cadrul fabricii dvs. cu o capacitate maximă de unități precizată în TP - Tabelul 13. Toate materiile prime în plus trebuie depozitate în depozite comerciale în apropiere de fabrică. Întreținerea zonei proprii de depozitare presupune un cost trimestrial, indiferent de cantitatea păstrată. Depozitarea comercială se plătește cu un preț pe unitate, în funcție de cantitatea medie păstrată trimestrial (TP - Tabelele 13 și 14).

TEHNOLOGIA INFORMAȚIILOR

121. Dacă faceți comerț prin intermediul internetului, trebuie să dispuneți de suficientă capacitate pe website pentru a putea face față volumului de trafic comercial pe care îl generează website-ul dvs. Volumul de trafic variază foarte mult; astfel, vor fi perioade extinse în care sistemul dvs. va fi utilizat foarte puțin, dar vor exista și perioade scurte în care va fi utilizat la maxim, când volumul traficului se apropie sau depășește capacitatea disponibilă. Capacitatea sistemului dvs. de a face față cererii maxime este esențială pentru imaginea de eficiență pe care trebuie să o oferiți potențialilor clienți. Lipsa de capacitate în aceste perioade poate distruge imaginea de marketing a companiei.

122. Accesul la internet este dat de un furnizor de servicii de internet (ISP), care vă vinde o viteză de trafic constantă.

123. Capacitatea website-ului dvs. este definită în funcție de "numărul de portaluri/servele operate" pe care le dețineți. Obțineți portaluri/servele suplimentare de la ISP-ul dvs. în vederea creșterii capacității pentru Trimestrul Următor, ca urmare a deciziei (TVD - Rândul K) pe care o luați. Evident, capacitatea pe care o aveți la dispoziție ar trebui să depindă de cât de mult trafic comercial sperați să aveți în perioadele de vârf, ceea ce presupune că decizia dvs. este rezultatul unei previziuni pe care ați făcut-o. Pentru a vă ajuta să realizați această previziune, vi se pun la dispoziție la sfârșitul Trimestrului Precedent trei statistici care arată:

- a) Capacitatea sistemului dvs., așa cum ați stabilit-o la sfârșitul Trimestrului Precedent, exprimată în numărul de portaluri/servele;

- b) Numărul de accesări efectuate pe website-ul dvs. în cursul Trimestrului Precedent;
- c) Procentul potențialelor accesări pe website-ul dvs., care nu au reușit conectarea.

Adăugarea unui portal/server la sistemul dvs. înseamnă că veți suplimenta capacitatea sistemului cu 24 de ore pe zi, însă din cauza caracterului variabil al fluxului pe care îl are traficul, foarte rar va fi utilizat la maxim; în orice caz, nu va fi pe deplin eficient până în Trimestrul Ulterior celui Următor.

124. Costul total trimestrial pentru administrarea unei unități de capacitate (un portal/server) este precizat în TP - Tabelul 4. Acesta implică un cost pe portal/server și un cost de volum ce trebuie plătit pentru securitate, cardul de credit bancar și pentru alte particularități ale utilizării comerciale. Costul total trimestrial este considerat o cheltuială de marketing și se plătește furnizorului de servicii de internet în același trimestru. Schimbările ce survin cu privire la numărul de portaluri/serve necesită notificarea cu un trimestru înainte.

125. Și programul de software este foarte important. Ajută la sporirea eficienței sistemului dvs. și de asemenea, poate îmbunătăți imaginea de marketing a activității pe care o desfășurați. Vizitatorii website-ului dvs. vor fi încurajați să cumpere produsele datorită impresiei pe care o creează. Actualizarea programului de software pentru păstrarea informațiilor relevante și prezentarea unei imagini moderne reprezintă o sarcină continuă și trebuie să decideți cât doriți să investiți în fiecare trimestru. Se cheltuiesc bani pentru programare, design și aplicațiile software. Cu cât cheltuiți mai mult în comparație cu companiile concurente, cu atât veți îmbunătăți și mai mult imaginea, iar comercializarea produselor dvs. pe internet va avea mai mult succes. Se completează chestionare independente în mod regulat și se acordă o „Clasificare folosind stele”, care demonstrează ce gândește publicul utilizator de internet despre website-ul dvs. Cinci stele reprezintă cea mai bună clasificare; o stea înseamnă cea mai slabă clasificare. Unei dezvoltări accentuate, continue, ar trebui să-i corespundă o creștere a clasificării prin numărul de stele acordate. O cheltuială mică sau scăzută vă poate provoca pierderea stelelor.

Detalii importante

126. Dacă doriți să începeți comerțul pe internet pentru prima dată, trebuie să inițiați activitatea în Trimestrul Anterior celui Precedent. Ca să fixați linkurile cu un furnizor de servicii de internet, trebuie să vă hotărâți asupra numărului de portaluri/serve pe care le doriți. Prima dată când luați această decizie plătiți o taxă de implementare. Astfel, sistemul dvs. va fi disponibil utilizării comerciale chiar de la începutul Trimestrului Următor (TP - Tabelul 4).

127. De asemenea, în timpul acestui trimestru preliminar va fi recrutat și un distribuitor care va cere o plată compensatorie pe care ar trebui să o stabiliți, altfel se va plăti suma minimă. Mai sunt și cheltuielile pe care le implică selecția distribuitorului.

128. Va fi nevoie să concepeți și să elaborați programul de software pentru website. Aveți nevoie de un trimestru pentru a realiza acest program și prin urmare trebuie să luați decizii cu privire la costurile pe care le implică dezvoltarea acestuia și capacitatea pe care o doriți.

129. Decizia privind numărul de portaluri/serve pe care doriți să le instalați nu este simplă. Un portal/server unic, care operează pe cont propriu are o capacitate mult mai mică să administreze traficul variabil de pe website în comparație cu un sistem ce include mai multe portaluri/serve. Ca urmare, o capacitate medie reală pentru un portal/server unic reprezintă doar jumătate din cea maximă. Pe măsură ce numărul de portaluri/serve ce operează în paralel crește, acestea pot fi utilizate mai eficient, iar capacitatea medie se dezvoltă mai repede putând atinge valoarea sa maximă (TP - Tabelul 25).

130. Închiderea activității pe internet necesită de asemenea o notificare cu un trimestru înainte și se semnalizează prin decizia de a reduce la zero numărul de portaluri/serve. Portalurile/servele existente vor continua să funcționeze până la sfârșitul Trimestrului Următor. Trebuie să plătiți taxele de închidere către ISP și distribuitor (TP - Tabelele 3 și 4).

MANAGEMENTUL DE PRODUCȚIE

131. Întregul efort pe care îl depuneți pentru producție depinde de un bun management. Suma pe care stabiliți (TVD - Rândul R) să o alocați pentru bugetul de management va avea astfel un efect important asupra calității managementului producției și astfel asupra succesului datorat abilității dvs. de a satisface cererea.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

Managementul Resurselor Umane (MRU) are responsabilitatea să asigure forța de muncă necesară astfel încât compania să funcționeze în mod corespunzător și să se preocupe de angajați pentru a-i motiva să lucreze eficient. Lucrătorii trebuie selectați de pe o piață de muncă competitivă, unde oamenii pot trece de la o companie la alta, în căutarea celor mai bune condiții. Oferta de forță de muncă pe piață poate afecta în mod semnificativ capacitatea companiei dvs. de a funcționa eficient. Managementul Resurselor Umane implică monitorizarea pieței de muncă și cooperează cu celelalte departamente funcționale din cadrul companiei pentru a face previziuni în legătură cu necesarul de forță de muncă al companiei. De asemenea, acest departament ia măsuri pe termen scurt, cât și pe termen lung pentru a se asigura că obiectivele ce țin de Managementul Resurselor Umane se realizează.

132. Forța de muncă din cadrul companiei poate fi împărțită în patru secțiuni:

- ❖ Muncitori necalificați, care fabrică părțile componente ale produselor în atelierul mecanic;
- ❖ Lucrători de asamblare calificați care realizează produsele finite din componentele fabricate în atelierul mecanic;
- ❖ Personal auxiliar – magazioneri, funcționari, middle management, etc.;
- ❖ Top management.

133. În această simulare, lucrătorii auxiliari sunt luați în considerare în contextul departamentelor în care lucrează, iar costurile cu ei sunt direct legate de costurile de departament.

134. Top-managementul este analizat mai târziu, vezi paragraful 163.

135. Lucrătorii calificați de asamblare sunt conduși în mod activ ca parte a procesului de simulare. Din acest punct de vedere există două aspecte MRU – Recrutarea și Motivarea.

136. Produsele din cadrul companiei dvs. sunt fabricate de muncitori necalificați și asamblate de lucrători calificați. Pentru a respecta planul de livrare, trebuie selectați suficienți lucrători calificați care să facă față oricărei expansiuni ce poate fi planificată în producție și să contracareze pierderea lucrătorilor care se pensionează sau pleacă să lucreze în alte companii.

137. Toate clasele de muncitori, indiferent că sunt calificați sau necalificați, pot pleca datorită pensionării, bolii sau pentru că vor să lucreze la companiile concurente ce par să ofere condiții mai bune de muncă. Principalele motive pentru care aceștia pot pleca sunt reprezentate de veniturile medii scăzute, ore suplimentare în exces, colegi care sunt concediați, produse de calitate inferioară și conducere slabă, sau toate corelate între ele și cu condițiile oferite de celelalte companii de asemenea pot avea un efect. Lucrătorii calificați care își părăsesc locul de muncă acționează în acest sens la sfârșit de trimestru.

138. Prin urmare, este esențial pentru MRU să acționeze ca parte integrantă a echipei manageriale pentru a se asigura că se îndeplinesc necesitățile forței de muncă și că persoanele care lucrează pentru companie o fac în cele mai bune condiții pe care și le poate permite compania.



după viral

după viral



viral

Nu ai voie să pierzi niciunul oriunde ai fi.



după

gdnp

viral



CU **CONNECT 3G** POȚI SĂ STAI PE NET CÂT VREI, PE LAPTOP SAU TABLETĂ.

- **Super** viteză 3G
- Trafic de date **inclus**



COSMOTE

Lumea noastră ești tu

Detalii pe www.cosmote.ro/Connect3G



1:53 / 2:53



ProfilesTM International

imagine great people



Mai mult de 45.000 de companii și organizații din peste 122 de țări confirmă statutul de lider al **Profiles International** în domeniul evaluării și dezvoltării de personal, datorită beneficiilor oferite privind: Informația, Tehnologia, Cercetarea, Calitatea și Serviciul Clienți.

Profiles International dezvoltă evaluări de personal și soluții de managementul talentelor pentru a crește performanța angajaților și a managerilor acestora precum și pentru creșterea productivității forței de muncă.

Noi ajutăm clienții să câștige un important avantaj competitiv datorită înțelegerii firii umane până în cele mai adânci zone. Aceasta presupune înțelegerea modului cum gândesc oamenii, a tendințelor naturale, a comportamentelor și preferințelor, a atitudinilor cheie specifice la locul de muncă. Acest lucru ajuta companiile să selecteze persoana corectă, să o așeze la locul potrivit și să o ajute să lucreze la potențialul maxim.

Începând cu anul înființării noastre 1991, am realizat peste 45.000.000 de evaluări în peste 40.000 de organizații din 122 de țări. Facem acest lucru împreună cu cei peste 200 de angajați ai noștri și a peste 1000 de parteneri din întreaga lume, cu formare în domenii precum psihologie organizațională, managementul resurselor umane, training corporatist, educație și tehnologia informației.

FORȚA DE MUNCĂ

Muncitorii calificați

139. Muncitorii calificați sunt rezultatul trainingurilor intensive și este posibil să fie recrutați cu dificultate. Această categorie de lucrători calificați este necesară pentru activitatea de asamblare a componentelor, care sunt fabricate în atelierul mecanic, în produse finite.

140. Recrutarea muncitorilor calificați necesită o planificare minuțioasă în cooperare cu celelalte departamente funcționale din cadrul companiei. Deciziile MRU (TVD - Rândul P) cu privire la recrutarea, instruirea sau concedierea angajaților ar trebui să fie luate în cadrul echipei manageriale.

141. Pentru a găsi muncitori calificați, se pot lua decizii (TVD - Rândul P) pentru încercarea de a face recrutări directe din cadrul forței de muncă nevalorificată sau dintre muncitorii calificați care sunt deja angajați de alte companii. Dacă încercați să selectați personal nu înseamnă că veți obține și numărul de angajați pe care îl doriți (s-ar putea să nu obțineți nimic). Datorită timpului acordat anunțurilor pentru posturile vacante și a interviurilor pe care le au de susținut muncitorii, orice persoană pe care o selectați va începe să lucreze pentru dvs. doar la începutul Trimestrului Ulterior celui Următor.

142. Succesul recrutărilor depinde de nivelul actual al veniturilor medii oferite (nu de salariului pe oră) muncitorilor pe care îi angajați, de calitatea mărfurilor pe care le produceți și de abilitatea MRU, toate fiind comparate cu aceiași factori din alte companii.

143. Procesul de recrutare depinde și de numărul de șomeri disponibili în cadrul forței de muncă nevalorificată. În cazul în care gradul de șomaj este ridicat, recrutarea se va face mai ușor; dacă gradul de șomaj este scăzut, procesul de recrutare poate deveni foarte dificil și va depinde de abilitatea dvs. de a ademeni lucrători din alte companii, ceea ce are ca rezultat o piață de forță de muncă foarte instabilă.

144. Ca alternativă la recrutarea directă a personalului calificat, șomerii necalificați pot fi instruiți la standardele necesare pentru lucrătorii calificați. Instruirea se desfășoară în cadrul școlii de training ce aparține companiei, aspect ce limitează la nouă numărul persoanelor ce pot fi instruite pe trimestru. După ce au fost luate deciziile cu privire la instruirea personalului (TVD - Rândul P), acesta este selectat de pe piața locală a forței de muncă la începutul Trimestrului Următor, parcurge cursul și devine disponibil să înceapă munca la începutul Trimestrului Ulterior celui Următor. Prețul trainingului (TP - Tabelul 15) acoperă veniturile stagiarilor, ale personalului de pregătire și costul materiilor prime. Instruirea lucrătorilor implică o cheltuială mai mare decât procesul de recrutare directă, dar vă oferă posibilitatea să obțineți numărul dorit de angajați care să lucreze pentru compania dvs. cel puțin un trimestru după terminarea trainingului, înainte să fie influențați de condițiile mai bune pe care le oferă alte companii.

Detalii importante

145. Costul recrutării (TP - Tabelul 15) include costurile anunțurilor pentru posturile vacante și cheltuielile pentru interviuri chiar dacă recrutarea nu a avut succes.

146. Lucrătorii calificați pot fi concediați pe baza unei decizii corespunzătoare (TVD - Rândul P). Decizia de concediere presupune să se dea un avertisment la începutul Trimestrului Următor și muncitorii să continue să lucreze până la sfârșitul trimestrului. Celor care sunt concediați li se acordă o sumă compensatorie plătită integral (TP - Tabelul 15). Angajații concediați au tendința să provoace agitație printre restul lucrătorilor și este posibil ca unii să plece pentru a-și căuta de lucru în altă parte.

147. Aceleași cauze generale care îi determină pe oameni să plece să lucreze în altă parte, vor provoca și nemulțumiri printre lucrătorii calificați care rămân în companie, ceea ce duce la proteste și greve din partea lucrătorilor din atelierele mecanice. Avertismentul venit din partea sindicatului pentru greva oficială este prezentat într-un trimestru și precizează durata grevei (în săptămâni) care are loc la începutul Trimestrului Următor indiferent de posibilele schimbări pe care le faceți pentru mărirea salariilor și îmbunătățirea condițiilor de muncă. Greva afectează toți muncitorii calificați. Lucrătorii necalificați nu fac parte din același sindicat și se mulțumesc să muncească și să beneficieze de toate măririle de salariu sau de îmbunătățirea condițiilor ce pot fi câștigate de muncitorii calificați.

148. Atunci când muncitorii calificați fac grevă, numărul total al orelor de lucru se reduce cu patruzeci și nouă de ore de persoană, pentru fiecare săptămână de grevă (35 de ore de bază, șapte ore pentru ziua de sâmbătă cu 50% salariu suplimentar și șapte ore pentru ziua de duminică cu 100% salariu suplimentar).

149. Numărul orelor de lucru dintr-un volum de forță de muncă poate fi redus și prin absenteism. În cazul lucrătorilor necalificați acest aspect nu are niciun efect aparent, dar afectează muncitorii calificați, iar orele destinate atelierului de asamblare pot fi pierdute din cauza bolilor, a nemulțumirilor cauzate de prea multe ore suplimentare și de motivarea foarte scăzută cauzată de calitatea slabă a produselor și de conducerea slabă.

150. Muncitorii calificați se pot îmbolnăvi sau se pot accidenta astfel că vor lipsi de la serviciu o perioadă lungă. Când au loc astfel de incidente continuați să îi plătiți în mod obișnuit, deși postul lor este ocupat temporar de lucrători calificați angajați de la o agenție care cere o taxă ce reprezintă de două ori salariul muncitorilor calificați. Costul pentru lucrătorii de la agenție poate fi acoperit de asigurare.

Muncitorii necalificați

151. Fiecare utilaj pe care îl deține compania dvs. trebuie să fie supravegheat de patru muncitori necalificați pe fiecare schimb. Orice schimbare referitoare la numărul de utilaje pe care le dețineți sau la schimburile de lucru, înseamnă că sunt necesari mai mulți sau mai puțini lucrători necalificați.

152. Ca și în cazul muncitorilor calificați, muncitorii necalificați pot pleca atunci când consideră că în compania dvs. condițiile de lucru nu sunt la fel de bune ca în altă parte. Acești oameni trebuie să fie înlocuiți.

153. Pentru că există tot timpul lucrători necalificați disponibili pe piața forței de muncă nevalorificată, orice cerință cu privire la noi angajări sau la înlocuiri se tratează în mod automat la nivelul de jos al conducerii companiei și nu are nevoie de decizii eficiente din partea managementului superior. Când este nevoie de mai mulți lucrători, supervisorul de schimb va fi tot timpul capabil să găsească numărul necesar pe piața forței de muncă nevalorificată la începutul Trimestrului Următor.

Detalii importante

154. Reducerea numărului de utilaje sau numărului de schimburi duce la un excedent de lucrători necalificați. Printr-un acord de sindicat, doar jumătate din acești muncitori pot fi concediați la începutul Trimestrului Următor. Lucrătorilor care rămân în plus li se oferă locuri de muncă în cadrul fabricii și li se acordă aceleași venituri ca și muncitorilor care încă operează utilajele. Jumătate din acest surplus de lucrători vor fi concediați la începutul Trimestrului Ulterior celui Următor și tot așa până pleacă toți sau până când o creștere a numărului de utilaje sau a schimburilor de lucru le permite să se întoarcă din nou la munca productivă. Lucrătorilor necalificați care sunt forțați să plece li se acordă plăți compensatorii (TP - Tabelul 15).

SALARIUL ȘI CONDIȚIILE DE MUNCĂ

155. În afară de a asigura forța de muncă necesară în companie, departamentul de Resurse Umane trebuie să gestioneze costurile pe care le implică această forță de muncă și să încerce în același timp să motiveze angajații. Deși sunt disponibile deciziile care controlează tarifele de salarizare, modul în care sunt folosiți lucrătorii poate avea un efect important asupra veniturilor. Plățile pentru orele suplimentare și pentru schimburi sunt variabile, dar pot fi controlate pentru a menține costurile scăzute. Aceste elemente pot fi tratate eficient doar în contextul condițiilor economice actuale, dar modul de funcționare a departamentelor de Marketing și de Producție are de asemenea un efect important.

Muncitorii calificați

156. Muncitorii calificați sunt plătiți cu ora, iar salariul pe oră este fixat (TVD - Rândul N) la începutul fiecărui trimestru. Acest salariu de bază reprezintă o condiție a unui acord încheiat cu sindicatul care nu permite reducerea tarifulor de salarizare. Pe de altă parte, consiliul de administrație se străduiește să mențină salariile scăzute astfel încât orice creștere de salariu care se decide să reprezinte maxim 15% din salariu mediu din Trimestrul Precedent. O mărire a salariului de bază se aplică la începutul Trimestrului Următor.

Muncitorii necalificați

157. Puteți schimba capacitatea atelierului mecanic instalând un număr mai mare de utilaje, sau vânzând o parte cu preț redus (TVD - Rândul L), sau schimbând numărul de ture de lucru (TVD - Rândul N). Astfel de schimbări influențează direct salariile și condițiile de muncă.

Detalii importante

158. Muncitorii calificați și muncitorii necalificați sunt plătiți până la numărul maxim de ore pe persoană în funcție de salariul de bază (TP - Tabelul 16). Apoi se acordă o mărire pentru orele efectuate în timpul programului suplimentar obligatoriu din zilele de sâmbătă, care se plătesc cu 50% mai mult decât salariul de bază și din zilele de duminică care se plătesc cu 100% mai mult decât salariul de bază. Nu este nevoie să se ia nicio decizie referitoare la munca suplimentară care se aplică în mod automat la nivelul de decizie corespunzător. Mai întâi se aplică orele de bază, apoi orele din zilele de sâmbătă și duminică până la limitele precizate în TP - Tabelul 16. După aceste ore nicio muncă suplimentară nu mai poate fi efectuată deși planul de livrare pe care îl aveți s-ar putea să necesite fabricarea unui număr mai mare de produse decât poate produce forța de muncă a companiei dvs. Din acest motiv muncitorii calificați trebuie să fie bine organizați, bazându-vă pe previziuni strategice cu privire la cerere elaborate în cooperare cu celelalte departamente.

159. Muncitorii calificați lucrează într-un singur schimb, dar pot face ore suplimentare până la limita precizată în TP - Tabelul 16. Sunt plătiți doar pe baza singurului schimb de lucru. Nu există un număr minim garantat de ore lucrate pentru muncitorii calificați, dar un acord de sindicat cere ca veniturile medii săptămânale ale angajaților calificați (bazate pe numărul de săptămâni din cele douăsprezece lucrate) să nu fie mai mici decât cele ale lucrătorilor necalificați. Orice deficiență care apare este rezolvată printr-o „plată de paritate”.

160. Dacă decideți să lucrați în două sau trei ture, toate utilajele din fabrică vor fi complet supravegheate în toate turele, iar salariul pentru toți lucrătorii necalificați va fi mărit printr-un bonus de tură (TP - Tabelul 16). Lucrătorii necalificați sunt plătiți cu salariul de bază conform înțelegerii cu sindicatul. Acest salariu este stabilit ca un procent din salariul de bază al muncitorilor calificați (TP - Tabelul 17).

161. TP - Tabelul 16 stabilește numărul de ore maxim pe care îl poate lucra fiecare persoană și salariile plătite. Lucrătorii necalificați sunt plătiți pentru orele lucrate, dar în fiecare trimestru există un număr minim garantat de ore de lucru pe persoană (TP - Tabelul 17). Lucrătorii necalificați sunt plătiți pentru perioadele în care utilajele sunt defecte și pentru timpul de reparație al acestora, dar nu pentru perioada de întreținere, realizată când fabrica nu lucrează.

Personalul auxiliar

162. Costul pentru ceilalți muncitori din compania dvs. este inclus în costurile variabile asociate cu departamentele în care sunt angajați. Acestea includ: funcționari, contabili, cumpărători, magazioneri, cercetători, etc.

TOP MANAGEMENT

163. Echipa dvs. își asumă rolul de a reprezenta Consiliul Director din cadrul companiei, care constă din directorul general și directorii executivi, responsabili pentru departamentele de Marketing, Producție, Managementul Resurselor Umane și Financiar. Împărțiți un buget de management care stabilește nivelul cheltuielilor pentru servicii și expertize externe, salariile directorilor și costurile generale de management. Bugetul de management influențează calitatea generală a conducerii care la rândul ei afectează eficiența în toate departamentele companiei.

Detalii importante

164. Există un buget de management minim care se acceptă pentru fiecare trimestru (TP - Tabelul 17). Orice creștere a cheltuielilor va fi aplicată la începutul Trimestrului Următor, dar o scădere a acestora necesită o notificare cu un trimestru înainte și este limitată de o reducere de 10% în orice trimestru.

FINANȚE, ACTIVE & CONTABILITATE

Departamentul Financiar este responsabil cu gestionarea eficientă a fondurilor companiei, conform strategiei de corporație. Această responsabilitate presupune monitorizarea profitabilității, gestionarea investițiilor și a împrumuturilor, administrarea fondurilor fixe ale companiei, ale impozitelor și dividendelor. Este foarte important ca acest departament să coopereze strâns cu echipa managerială pentru a crește la maxim cursul acțiunilor companiei, după care se evaluează performanța acesteia.

165. Compania este finanțată de capitalul acționarilor, care constă din acțiuni, având fiecare valoarea de 1 Euro, iar numărul acestora este prevăzut în Bilanțul contabil.

166. Acțiunile companiei sunt cotate la Bursa de Valori și cel mai recent curs al acțiunilor pentru toate companiile este cotate în fiecare trimestru în josul Raportului de Management. Cursul acțiunilor este influențat de mai mulți factori care includ:

- ❖ Activele Nete ale companiei
- ❖ Solvabilitatea
- ❖ Profitabilitatea
- ❖ Utilizarea și disponibilitatea resurselor
- ❖ Nivelul dividendelor
- ❖ Capacitatea de a promova și vinde
- ❖ Lichiditatea
- ❖ Abilitatea de a satisface prompt comenzile

CURSUL ACȚIUNILOR DE LA SFÂRȘITUL SIMULĂRII REPREZINTĂ UNICUL CRITERIU PE BAZA CĂRUIA SE EVALUEAZĂ PERFORMANȚA COMPANIILOR.

FĂLCUTE

TESTARE
BONUS



Când dramele sunt prea greu de suportat pe ecran mare, încearcă un ecran mai mic.

Pentru că acum ai televiziune și pe mobil:

- Canale TV disponibile 24/24
- Imagine HIGH-QUALITY la viteză 3G



Instalează acum aplicația din Play Store
și App Store!



Lumea noastră ești tu



Global Management Challenge este o competiție de strategie și de management, unică în peisajul socio-economic actual, care are la bază un simulator interactiv de business ce permite învățarea prin experimentare directă a mecanismelor de conducere a unei afaceri. În România a ajuns la a VIII-a ediție, iar în lume deja vorbim despre o istorie întinsă pe parcursul a 33 de ani. Echipe din 42 de țări (și care reprezintă de asemenea companii de prestigiu înscrise în GMC) se luptă, an de an, să cucerească titlul mondial – Germania, Franța, Italia, Mexic, Brazilia, Grecia, Rusia, China sau Statele Unite ar fi doar câteva exemple.

Beneficii participanți

- dezvoltarea abilităților manageriale
- analiza și prelucrarea datelor financiare
- abilitatea de a gândi strategic
- flexibilitatea într-un mediu în permanentă schimbare
- dezvoltarea spiritului antreprenorial
- exercițiu de team-building
- dezvoltarea abilităților de comunicare



DIVIDENDE

167. În fiecare primul și al treilea trimestru din fiecare an calendaristic trebuie să decideți (TVD - Rândul R) cu privire la procentele de capital pe care să le plătiți acționarilor dvs. sub formă de dividende. Plățile de dividende constante, competitive, care pot fi anticipate, vor avea efect pozitiv asupra cursului de acțiuni. Dividendele inconstante și scăzute provoacă un efect negativ.

168. Plățile dividendelor se fac la începutul trimestrelor impare. Dividendul total plătit în oricare din trimestrul unu este posibil să nu depășească Profitul Nedistribuit al companiei așa cum se specifică în Bilanțul din Trimestrul Precedent. Niciun dividend nu poate fi plătit dacă Profitul Nedistribuit a fost negativ în Trimestrul Precedent.

INVESTIȚII

169. Puteți decide (TVD - linia Q) să investiți fonduri (sau să adăugați la investițiile existente) în instituții financiare sau puteți retrage toate aceste investiții sau doar o parte din ele la începutul Trimestrului Următor. Acest lucru nu se realizează automat. Dvs. trebuie să luați decizia de a investi sau de a retrage fonduri. Altfel, banii vor rămâne inactivi, sub formă de lichidități, neatrăgând niciun profit (vezi paragraful 175 și 178).

CREDITE – Împrumuturi la termen

170. Este posibil să se ia o decizie (TVD - Rândul Q) pentru a obține un nou împrumut pe termen mediu cu dobândă fixă (TP - Tabelul 20). În acest tip de împrumut, banii provin de la instituțiile de investiții care sunt pregătite să își asume angajamente pe termen lung față de compania dvs. Banii vi se acordă sub formă de numerar imediat la începutul Trimestrului Următor (sau se utilizează automat pentru a rambursa integral sau parțial orice linie de credit sau pentru a restitui un împrumut fără garanții) (vezi paragrafele 171 și 172). Acestea sunt împrumuturi pe termen lung și nu pot fi rambursate pe parcursul procesului de simulare.

CREDITE – Linii de credit

171. Finanțe suplimentare mai sunt disponibile și sub forma liniilor de credit (adică sub forma împrumuturilor bancare flexibile). Banca dvs. stabilește o limită maximă pentru linia de credit în Trimestrul Următor în funcție de activele, datoriile și creanțele pe termen scurt, așa cum se arată în Raportul pentru Trimestrul Precedent (TP - Tabelul 19).

CREDITE – Împrumuturi fără garanții

172. În cazul în care aveți nevoie de mai mult capital decât vă permite limita creditului pe termen scurt, compania dvs. va continua să fie finanțată de împrumuturi pe care vi le pun la dispoziție instituțiile de credit, fără garanții. Aceste împrumuturi se acordă în sume nelimitate cu o dobândă anuală (TP - Tabelul 20) mai mare decât dobânda curentă a Băncii Centrale. Dobânda împrumuturilor fără garanții se calculează în același mod ca și dobânda pentru linia de credit. Împrumuturile negarantate se vor acorda în continuare deși s-ar putea să fiți considerați insolvăbili în condiții normale. Nimeni nu este considerat falimentar în această simulare chiar dacă cursul acțiunilor s-ar prăbuși.

173. Atât linia de credit cât și împrumuturile fără garanții sunt acordate și rambursate în mod automat conform solicitărilor de numerar. Împrumuturile fără garanții se acordă ultimele și se restituie primele. Nu este nevoie să se ia nicio decizie în acest sens.

Detalii importante

174. La începutul Trimestrului Următor valoarea creditului pe termen scurt și a tuturor împrumuturilor fără garanții prezentată în Bilanțul din Trimestrul Precedent, va fi adaptată imediat în funcție de toate fluctuațiile monetare ce rezultă din noile decizii privind investițiile și/sau împrumuturile pe termen mediu. Fluxul monetar din interiorul și exteriorul companiei se presupune a fi la o rată stabilă pentru tot restul trimestrului. Dobânda creditului pe termen scurt și a împrumuturilor fără garanții este apoi calculată în funcție de media bilanțurilor de deschidere revizuite și de nivelul creditului pe termen scurt și a împrumutului negarantat la sfârșitul Trimestrului Următor. Mediile se calculează ca în TP - Tabelul 14.

175. Investițiile câștigă dobândă la aceeași rată anuală ca cea a Băncii Centrale pentru Trimestrul Următor. Dobânda pentru investiții se calculează din prima zi a fiecărui trimestru. În cazul în care nu dispuneți de bani gheață, orice decizie cu privire la investiții va fi aplicată printr-o descoperire de cont până la nivelul limitei impuse de cont, fixată în Trimestrul Precedent (vezi paragraful 178).

176. Împrumutul total la termen (sau o completare a unui împrumut existent) poate fi obținut în orice trimestru, dar este limitat de Solvabilitatea dvs. (TP - Tabelul 19). Această variață de la un trimestru la altul și depinde de valoarea acțiunilor la Bursa de valori, de suma tuturor împrumuturilor la termen existente și de limita creditului pe termen scurt pe care a stabilit-o banca dvs. Solvabilitatea pentru Trimestrul Următor se arată în Raportul de Management pentru Trimestrul Precedent.

177. Dobânda pentru împrumuturile la termen este fixă (TP - Tabelul 20) și se calculează din prima zi a fiecărui trimestru. Împrumuturile la termen se aprobă la începutul trimestrului, imediat înainte de achiziționarea investițiilor, astfel încât fondurile disponibile provenite din împrumut să fie investite imediat cu condiția ca dvs. să luați decizia corespunzătoare în legătură cu investițiile.

178. Suma maximă pe care o puteți obține prin linia de credit vi se acordă în Trimestrul Următor și este precizată în Raportul de Management pentru Trimestrul Precedent. Această limită se calculează ca în TP - Tabelul 19. Fondurile suplimentare disponibile prin linia de credit vor fi depuse în contul dvs. în mod automat așa cum trebuie, până la suma maximă permisă, pentru a acoperi necesitățile de capital.

179. Dobânda pentru linia de credit se stabilește la o rată anuală cu patru procente mai mare decât rata Băncii Centrale stabilită pe trimestru. În acest fel, dobânda se adaugă la valoarea liniei de credit.

ACTIVE FIXE – Proprietatea

180. Activele fixe ale companiei constau din proprietăți și utilaje. În timp ce valoarea proprietății este fixă și stabilă, utilajele necesită o administrare în conformitate cu strategia de dezvoltare a companiei.

181. Fabrica pe care o deține compania este în întregime în proprietate și are o valoare fixă așa cum se specifică în Bilanțul companiei.

ACTIVE FIXE – Utilajele

182. Utilajele pot fi de asemenea cumpărate la prețul specificat în TP - Tabelul 18, însă procesul în sine pentru achiziționarea utilajelor, odată ce ați luat această decizie (TVD - Rândul K), este destul de complex și trebuie să fie bine planificat în prealabil. Este posibil să nu puteți să plasați comenzile pentru câteva sau pentru toate utilajele pe care le solicitați dacă poziția financiară a companiei dvs. nu este solidă.

Detalii importante

183. Pe baza informațiilor din Bilanțul Trimestrului Precedent, furnizorul de utilaje examinează capacitatea dvs. de a plăti calculând valoarea creditelor pe care le aveți, definite în termenii Solvabilității (vezi Paragraful 176), incluzând aici orice lichidități și investiții, și excluzând orice împrumut negarantat la finele ultimului trimestru, orice plată neachitată pentru utilajele care sunt deja comandate, dar care nu au fost încă instalate (vezi următorul paragraf). Dacă solvabilitatea dvs. este cel puțin egală cu prețul total al utilajelor pe care le doriți, furnizorul vă va prelua comanda împreună cu prima plată ce reprezintă jumătate din prețul de achiziție. Dacă solvabilitatea dvs. este mai mică decât prețul de achiziție, furnizorul doar va prelua comenzile pentru numărul de mașini pe care îl acoperă aceasta (care, desigur, poate fi zero).

184. Odată ce a fost comandat, utilajul este livrat și instalat în cursul Trimestrului Ulterior celui Următor, când se va face plata pentru a doua jumătate din prețul achiziției. Utilajele devin disponibile pentru a fi utilizate în Trimestrul Ulterior celui Următor. Instalarea utilajelor deja comandate nu va fi afectată de nicio scădere a solvabilității în cursul perioadei de instalare.

185. În cursul perioadei de funcționare, valoarea unui utilaj scade diminuându-se conform ratelor de depreciere trimestriale din TP - Tabelul 18.

186. Atunci când se ia o decizie (TVD - Rândul L) cu privire la vânzarea unui utilaj, cel mai vechi este vândut primul la începutul Trimestrului Următor, la valoarea depreciată din Trimestrul Precedent. Astfel, datorită noilor legi privind mediul, contaminarea și deșeurile, va exista o taxă de retragere (TP - Tabelul 18) care va fi inclusă în "alte costuri cu caracter general" (Paragraful 272).

CONTABILITATE

Detalii importante

- a) Devalorizarea utilajelor din cadrul companiei se calculează în fiecare trimestru, pe baza unei rate trimestriale de depreciere specificată în TP - Tabelul 18.
- b) Stocurile de materii prime depozitate, sau sub formă de comenzi pe piața mărfurilor cu livrare la termen la sfârșitul fiecărui trimestru sunt evaluate la o cotă fixă (TP - Tabelul 21) din cel mai scăzut preț al materiei prime (la vedere, 3 luni, 6 luni), cota la sfârșitul Trimestrului Precedent pentru trimestrele viitoare. Acest preț în dolari va fi transformat în euro prin rata de schimb euro/dolar cota în Trimestrul Precedent.
- c) Stocurile de produse finite, păstrate în depozitele zonale la sfârșitul unui trimestru, sunt evaluate în Bilanț așa cum se precizează în TP - Tabelul 21.
- d) Impozitul companiei se percepe din profitul impozabil la o rată specificată în TP - Tabelul 20. Anul financiar este identic cu cel calendaristic și fixarea impozitului se face la sfârșitul celui de-al patrulea trimestru. Orice impozit fixat se scade imediat din profitul/pierderele companiei din perioada curentă. Apoi impozitul este introdus ca și creanță în Bilanț, unde rămâne până când se plătește în mod automat în trimestrul al doilea din anul următor. Se cumulează pierderile din anii precedenți și sunt echilibrate cu profitul impozabil viitor.
- e) Achizițiile pe care le face compania dvs. se plătesc ori în cursul aceluiași trimestru în care se fac, ori în trimestrele ulterioare, în acest caz suma pe care o datorați va fi raportată ca și Datorii Furnizori în Bilanț. TP - Tabelul 24 listează toate tipurile de achiziții ce pot fi efectuate și termenele plăților respective. Datoriile către Furnizori nu pot fi manipulate să vă sprijine fluxul monetar.
- f) Vânzările pe care le face compania dvs. sunt facturate clienților pentru plată. Sumele datorate, dar care nu sunt plătite înainte de sfârșitul unui trimestru sunt raportate în Bilanț ca Total Creanțe. Plățile de pe diverse piețe se așteaptă să fie efectuate în termenele precizate în TP - Tabelul 23. Cu toate acestea, nu toți clienții plătesc prompt astfel încât aceste obiective nu se îndeplinesc niciodată. Acest aspect nu este valabil și pentru clienții de pe internet care plătesc întreaga sumă în avans cu cartea de credit.
- g) Există un cost legat de încasarea banilor și controlul creditelor, care reprezintă o sumă fixă pentru fiecare unitate de produs vândută prin intermediul agenților de pe piețele din Europa și NAFTA; plus un onorariu pentru plățile cu cărți de credit ale clienților de pe internet, care reprezintă un preț pentru fiecare unitate vândută (TP - Tabelul 20).
- h) În final există anumite cheltuieli administrative fixe legate de conducerea companiei, care nu au fost incluse până acum. Acestea includ anumite taxe fixe, cum ar fi: impozitul local pe proprietate, taxele de audit, etc., precizate în TP - Tabelul 20.
- i) Alte cheltuieli administrative precum: facturile de telefon, rechizite, căldura și lumina, taxe poștale, întreținerea clădirilor, susținerea activității de birou, etc., reprezintă un procent din toate cheltuielile administrative (incluzând elementele cu costuri fixe, notate mai sus), la o rată precizată în TP - Tabelul 20.



Tradiția care obligă



Tradiția care obligă

“Global Management Challenge” își reconfirmă an de an statutul de cea mai importantă competiție de strategie și management din lume, prin dezvoltarea continuă a simulatorului său interactiv de business, care ne provoacă să ne dezvoltăm spiritul întreprinzător cu fiecare nouă etapă.

Este cea mai fidelă și creativă adaptare la specificul actual al economiei mondiale și o sursă inepuizabilă de strategii care conduc la dezvoltarea competențelor manageriale și a spiritului competitiv.

“Global Management Challenge” se bucură de întreaga apreciere din partea Prutul, dovadă fiind implicarea din ultimii ani a companiei noastre în această competiție, în calitate de Partener și participant activ în concurs.

Această competiție reprezintă pentru noi cea mai eficientă modalitate de a verifica cunoștințele angajaților noștri, dobândite în cadrul cursurilor de formare, și de testare a spiritului de echipă pe care îl promovăm permanent la nivelul organizației. Fiecare ediție a acestui renumit simulator de business a adus un plus de valoare colegilor noștri, care au avut ocazia să se remarce prin potențialul managerial de care au dat dovadă.

Investiția în dezvoltarea oamenilor este una dintre prioritățile companiei noastre și unește necesitățile dezvoltării afacerii cu necesitățile personale de dezvoltare ale angajaților noștri – o investiție pe termen lung, care se reflectă în succesul companiei. Numai în ultimii 3 ani compania a investit aproximativ 200.000 de Euro în programe de consultanță și instruire pentru angajații de pe toate nivelurile ierarhice.

Efectele investițiilor în dezvoltarea angajaților ne-au adus rezultate foarte bune în topul Most Productive Companies unde, timp de 3 ani consecutivi (2009, 2010 și 2011), am obținut locul I la categoria producție uleiuri și grăsimi vegetale. Totodată, compania Prutul (Fabrica de ulei) s-a clasat pe poziția a 7-a în topul Best Employers (Cei mai buni angajatori) – Ediția 2008/2009 (ultima ediție organizată), la categoria companii mari, conform studiului realizat de compania de cercetare Hewitt Associates.

Compania Prutul este unul dintre principalii producători de ulei vegetal din România. Portofoliul companiei include mărcile de ulei Prutul, Spornic, Bonatelo, Boniflor, Surâsul Soarelui și Picasol. Compania deține Fabrica de ulei Prutul din Galați (fabrica de ulei cu cea mai îndelungată tradiție în producția de ulei vegetal din România, fondată în anul 1893) și 21 de capacități de depozitare a materiei prime în județele: Galați, Călărași, Dolj, Iași, Brăila, Olt, Teleorman, Ialomița și Constanța.

Prutul S.A. este o companie cu capital integral românesc, cu o echipă de peste 500 de angajați și o cifră de afaceri de peste 110 milioane Euro la nivelul anului 2011.

ASIGURĂRI

187. Activitățile care se desfășoară în cadrul companiei dvs. prezintă anumite riscuri din cauza unor incidente întâmplătoare ce pot afecta modul de funcționare a companiei:

- a) O anumită parte sau toată cantitatea de materie primă pe care o păstrați în depozitele companiei poate fi distrusă în mod accidental datorită unei administrări neglijente, a furturilor, inundațiilor sau incendiilor;
- b) Din cauza unor riscuri similare este posibil să se distrugă o parte sau toate stocurile de materie primă în tranzit sau păstrată în depozitele dvs. locale;
- c) Muncitorii calificați pot suferi accidente grave acasă sau la locul de muncă, ceea ce ar putea să afecteze capacitatea de producție a companiei dvs.;
- d) Utilajele pot avea defecțiuni grave, din cauza cărora vor fi scoase din producție pentru mai mult timp;
- e) Este posibil ca produsele proiectate greșit să se distribuie și să se vândă, iar mai târziu să se descopere că sunt periculoase pentru mediul înconjurător și trebuie retrase de pe piață pentru a fi modificate;

Aceste incidente pot fi identificate în Rapoartele de Management prin semnul exclamării („!”) alături de cifrele corespondente.

188. Pentru a vă proteja împotriva incidentelor de acest fel, puteți să încheiați o asigurare care să acopere pierderea financiară provocată de acestea. Compania de asigurări pune la dispoziție o serie de polițe prin care puteți obține asigurarea de risc. Trebuie să decideți (TVD - Rândul T) ce poliță doriți să operați; TP - Tabelul 22 prezintă polițele disponibile.

189. Primele de asigurare se calculează ca procent din valoarea activelor fixe pe care le dețineți, luate din Bilanțul Trimestrului Precedent - total Proprietăți, Utilaje, Stocuri de Materii Prime și Stocuri de Produse. Procentul care se aplică variază în funcție de asigurarea excedentă pe care sunteți pregătiți să o acceptați, înainte ca o cerere de despăgubire să fie înaintată companiei de asigurări. Cu cât este mai mare riscul pe care sunteți pregătiți să vi-l asumați, cu atât va fi mai mică prima de asigurare pentru restul valorii activelor ce urmează să fie asigurate. TP - Tabelul 22 prezintă patru polițe în care asigurarea excedentă acceptată de compania dvs. crește succesiv de la 0,1% la 0,4%, și totodată prima de asigurare corespunzătoare pe care o va încasa compania de asigurări pentru a acoperi restul valorii activelor.

190. A cincea opțiune este aceea de a nu încheia nicio asigurare, situație în care sunteți expuși în totalitate la pericolele cauzate de o distrugere accidentală fără să fiți acoperiți de asigurare.

191. Evenimentele globale distructive sunt relativ rare, iar efectele fiecăruia dintre ele sunt explicate în părți relevante din Manual. Asigurarea pe care o încheiați va acoperi toate pierderile materiilor prime provocate proprietății existente, în aceste cazuri.

192. Celălalt factor care afectează riscul distrugerii accidentale este nivelul Bugetului de Management (TVD - Rândul R). Conducerea eficientă duce la un mediu de muncă mai sigur, garantează că măsurile de protecție și de sănătate sunt aplicate corespunzător și că produsele dvs. sunt proiectate în mod adecvat. O conducere ineficientă are ca rezultat o companie ce prezintă riscuri ridicate.

Detalii importante

193. Când au loc incidente perturbatoare, sunt specificate în Raportul de Management în diverse moduri. Pierderile fizice de materie primă și de stocuri de produse sunt înregistrate direct în raport. Pierderea timpului de lucru a utilajelor și a timpului de asamblare se specifică în Ore avarie și respectiv Ore absenteism.

194. Produsele periculoase sau concepute greșit din punct de vedere ecologic sunt incluse în Serviciul de Garanție, de obicei în cantități mari. Dacă are loc un incident perturbător în oricare dintre aceste activități, va apărea simbolul „!” alături de cifre relevante din Raportul de Management.

195. Costul total aproximativ al pierderilor se adaugă într-o singură cifră pentru cererea de despăgubire, în fiecare trimestru, și dacă suma totală este mai mare decât valoarea pe care ați decis (TVD - Rândul T) să o asigurați, vi se va plăti diferența imediat. În cazul în care nu aveți nicio asigurare de risc, nu puteți să depuneți cerere.

Partea a III-a

RAPORTUL DE MANAGEMENT

Această parte din Manual analizează Raportul de Management. Explică fiecare informație din Raport și explică modul cum a fost obținută fiecare valoare, atunci când este posibil.

196. Raportul de Management se compune din șase părți, constând din: deciziile introduse în Simulator, statistici ale resurselor, ale produselor, rapoarte contabile, informații (spionaj) comerciale și economice. Această descriere a conținutului Raportului de Management presupune că deja ați primit acest raport. În ceea ce urmează se face referire la conținutul celui mai recent Raport primit care conține datele Trimestrului Precedent. Informațiile din acest Raport vă vor ajuta să luați deciziile necesare pentru Trimestrul Următor.

197. La primirea Raportului, verificați mai întâi dacă acea copie pe care ați primit-o vă este destinată, dacă are trecut pe ea numărul grupei companiei dvs., numele liderului de echipă și dacă este pentru trimestrul corespunzător. Dacă oricare dintre aceste informații sunt incorecte, contactații pe Organizatori cât mai repede.

198. Prima secțiune a Raportului conține deciziile pe care le-ați introdus în cel mai recent Tabel de Decizii. În mod normal sunt identice cu ale dvs., dar există patru moduri prin care s-ar putea diferenția.

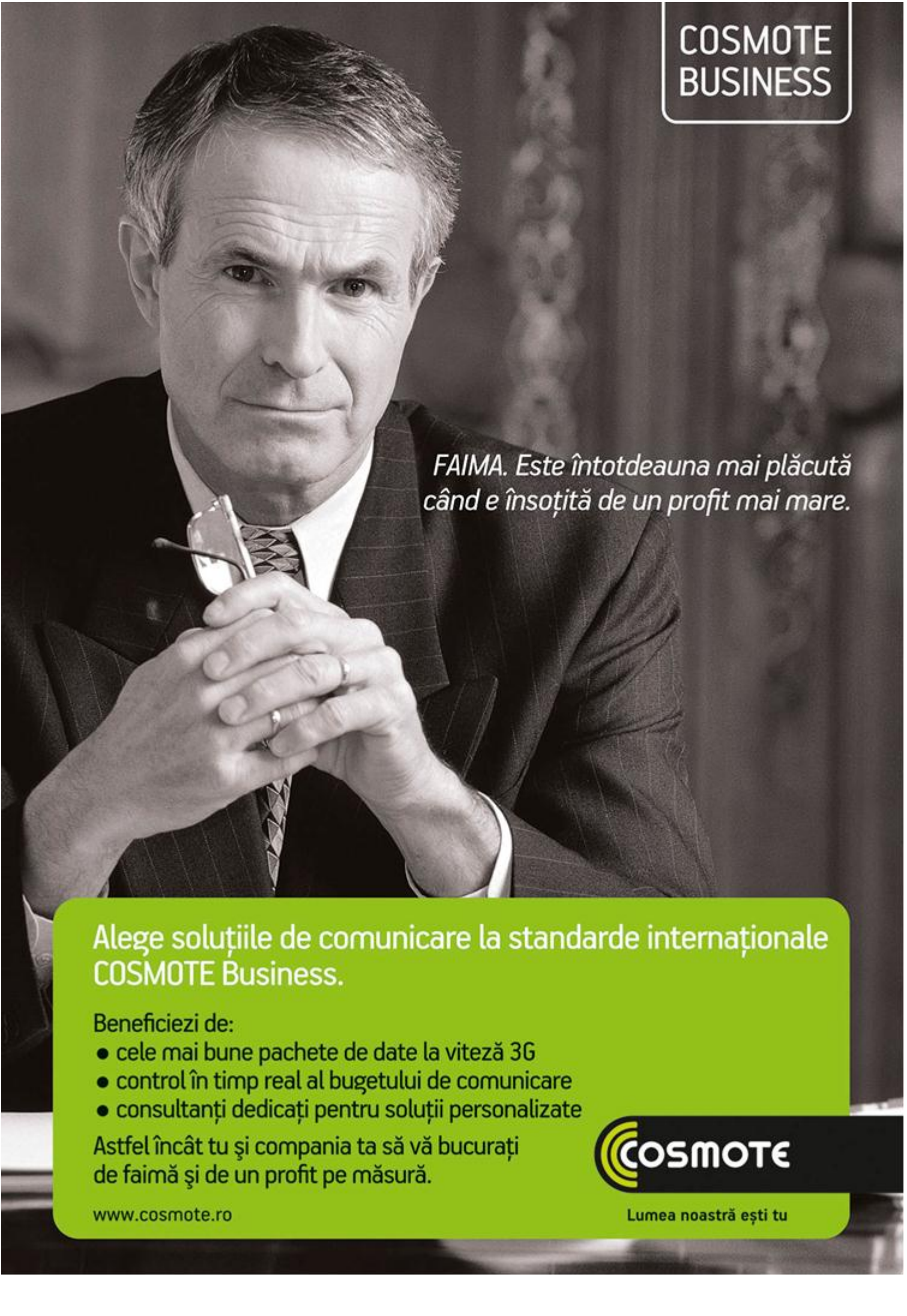
199. O decizie pe care ați prezentat-o a fost nejustificată în condițiile simulării în curs; de exemplu decideți să concediați cinci muncitori calificați, dar nu aveți decât patru sau și mai probabil, decideți să cumpărați un utilaj când valoarea creditului dvs. nu este suficientă. De asemenea, se poate diferenția prin faptul că o decizie nu obține efectul dorit; de exemplu, probabil nu ați putut să selectați decât trei muncitori calificați, dar ați decis să recrutați cinci. În asemenea situații Simulatorul vă va modifica decizia cu cea mai apropiată valoare posibilă și va tipări un asterisc (*) imediat după numărul specificat în Raportul de Management.

200. O decizie pe care ați luat-o nu este validă pentru că nu se încadrează în limitele impuse pentru simulare. Se tipărește un diez (#) ca o nerespectare a valorii așa cum se explică în partea a patra.

201. Deciziile dvs. nu au fost recepționate, caz în care sunt înlocuite de valorile implicite definite în partea a patra și semnalate cu un diez (#) ca indicator de eroare.

202. Dacă un număr apărut în Raport diferă de decizia dvs. și nu există niciun indicator de erori, contactații imediat pe Organizatori. Erorile apărute din cauza problemelor de comunicare electronică pot fi corectate doar atunci când sunt comunicate în termen de 24 de ore după ce a fost distribuit Raportul de Management.

203. Restul raportului vă oferă informații despre situația companiei și despre procesul de simulare. Veți fi informat despre ce s-a întâmplat în cursul Trimestrului Precedent, despre condițiile anumitor parametri actuali ai companiei și vi se vor oferi câteva informații despre Trimestrul Următor. De asemenea vi se pun la dispoziție informații despre concurenții dvs. și mediul economic. **Restul părții a treia a Manualului prezintă fiecare titlu din Raport și modul cum a fost obținută cifra respectivă.**



COSMOTE
BUSINESS

*FAIMA. Este întotdeauna mai plăcută
când e însoțită de un profit mai mare.*

Alege soluțiile de comunicare la standarde internaționale
COSMOTE Business.

Beneficiezi de:

- cele mai bune pachete de date la viteză 3G
- control în timp real al bugetului de comunicare
- consultanți dedicați pentru soluții personalizate

Astfel încât tu și compania ta să vă bucurați
de faimă și de un profit pe măsură.

www.cosmote.ro



Lumea noastră ești tu

Construiești-ti Cariera alaturi de Noi

G



Locuri de munca

Cursuri Calificare
Perfectionare

Training-uri
Dezvoltare Personală

Consiliere

Dima Consulting Group este o firmă specializată în activități de: selecție și recrutare personal, evaluare și intervenție organizațională, traininguri, cursuri de calificare și specializare, elaborare și implementare sisteme de management al performanțelor, evaluarea angajaților.

Apărută pe piață în 1996, **Dima Consulting Group** a crescut de la an la an, astfel încât, în prezent este lider regional în domeniul Consultanței în Resurse Umane.



Dima
Consulting
Group®

DISPONIBILITATEA & UTILIZAREA RESURSELOR

204. „Utilaje disponibile Trimestrul Precedent”: numărul de utilaje pe care le-ați avut disponibile pentru producție în cursul Trimestrului Precedent. „Utilaje disponibile Trimestrul Următor” din Raportul Trimestrului Anterior celui Precedent minus utilajele vândute la începutul Trimestrului Precedent.

205. „Utilaje disponibile Trimestrul Următor”: numărul de utilaje pe care le veți avea la dispoziție pentru a le folosi în cursul Trimestrului Următor. „Utilaje disponibile Trimestrul Precedent” plus toate utilajele noi comandate în cursul Trimestrului Anterior celui Precedent și instalate în cursul Trimestrului Precedent.

206. „Ore de lucru Muncitori asamblare: Total ore disponibile Trimestrul Precedent”: numărul de muncitori calificați pe care i-ați avut disponibili în Trimestrul Precedent înmulțit cu numărul maxim de ore pe care este posibil să îl fi lucrat fiecare (TP - Tabelul 16), mai puțin un număr fix de ore pe muncitor pentru fiecare săptămână de grevă anunțată la sfârșitul Trimestrului Anterior celui Precedent (TP - Tabelul 17).

„Ore Absenteism/Concediu medical”: numărul de ore pentru mâna de lucru calificată, pierdute din cauza îmbolnăvirii muncitorilor sau absenței de la serviciu din alte motive. Atunci când o parte din absențe sunt cauzate de boli grave sau de accidente, costul poate fi acoperit prin asigurare. Căutați semnul „!” alături pentru a arăta că ați avut o problemă ce poate fi acoperită prin asigurare dacă aceasta este suficientă. Numărul exact de ore atribuit îmbolnăvirilor grave nu se precizează.

208. „Total ore lucrate Trimestrul Precedent”: numărul total de ore plătite, lucrate de muncitorii calificați în cursul Trimestrului Precedent. Este definit astfel: Numărul de produse fabricate Trimestrul Precedent, înmulțit cu timpul de asamblare pentru fiecare produs, așa cum l-ați specificat în Trimestrul Precedent.

209. „Săptămâni de grevă pentru Trimestrul Următor”: numărul de săptămâni de muncă ce vor fi pierdute de fiecare muncitor calificat în Trimestrul Următor datorită mișcărilor de protest anunțate. Este irevocabil și reprezintă un număr fix de ore de persoană pe săptămână (TP - Tabelul 17).

210. „Ore Utilaje: Total ore disponibile Trimestrul Precedent”: adică numărul de utilaje care v-au fost puse la dispoziție în Trimestrul Precedent, înmulțit cu numărul maxim de ore de funcționare pentru fiecare utilaj conform sistemului de schimburi stabilit (TP - Tabelul 7).

211. „Ore avarie”: numărul total de ore în timpul cărora utilajele au fost scoase din producție din cauza defectărilor și reparațiilor. Atunci când o parte din întrerupere se datorează defectării grave a unui utilaj, puteți pretinde costul reparației prin asigurarea pe care o aveți. Acest fapt este semnalat de „!”.

212. „Ore planificate pentru întreținere”: numărul total de ore destinate întreținerii preventive a utilajelor, în afara orelor de producție normală. Numărul de ore stabilite pentru întreținere este înmulțit cu numărul utilajelor disponibile, minus „Ore avarie”. Dacă „Ore avarie” depășește numărul total de ore alocate întreținerii utilajelor, nu se va efectua nicio întreținere.

213. „Total ore lucrate Trimestrul Precedent”: numărul total de ore în care a funcționat utilajul pentru a fabrica produsele în Trimestrul Precedent. Numărul de unități din fiecare produs înmulțit cu perioada de exploatare a utilajului adecvată fiecărei unități; perioada respectivă este extinsă în funcție de scăderea eficienței utilajului.

214. „Randamentul mediu al utilajului %”: numărul teoretic de ore minim de funcționare a utilajului, ce ar fi fost necesar pentru fabricarea produselor în Trimestrul Precedent, împărțit la timpul real, exprimat în procente.

MATERII PRIME

215. „Materii prime utilizate & disponibile: Stoc inițial disponibil Trimestrul Precedent”: numărul de unități de materie primă raportat din Trimestrul Anterior celui Precedent, plus orice alte materii prime comandate în cursul trimestrelor anterioare pentru a fi livrate în Trimestrul Precedent. Suma dintre „Stoc final Trimestrul Precedent” și cele două valori „De livrat Trimestrul Următor”, luate din Raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent.

216. „Achiziții la vedere Trimestrul Precedent”: Materiile prime comandate la începutul Trimestrului Precedent pentru a fi livrate în cursul Trimestrului Precedent.

217. „Achiziții automate Trimestrul Precedent”: Materiile prime cumpărate automat în cursul Trimestrului Precedent pentru a completa toate insuficiențele de materie primă. Totalul materiilor prime folosite din paragrafele 218 și 219, minus totalul de materii prime din paragrafele 215 și 216, dacă este mai mare ca zero.

218. „Pierderi/Rebuturi”: Numărul unităților de materie primă pierdute, furate sau deteriorate în depozitele companiei dvs. în Trimestrul Precedent (Căutați semnul „!”).

219. „Utilizate Trimestrul Precedent”: numărul total de unități de materie primă existente, utilizate în Trimestrul Precedent. Numărul fiecărui produs realizat este înmulțit cu volumul de material conținut în fiecare.

220. „Stoc final Trimestrul Precedent”: numărul de unități de materie primă existente la sfârșitul Trimestrului Precedent, care urmează să fie reportate în Trimestrul Următor. Totalul materiilor prime din paragrafele 215 – 217, minus materiile prime din paragrafele 218 – 219.

221. „De livrat Trimestrul Următor”: numărul total de unități de materie primă comandate și cumpărate în Trimestrul Precedent pentru a fi livrate în Trimestrul Următor și numărul unităților comandate și cumpărate Trimestrul Anterior celui Precedent pentru a fi livrate Trimestrul Următor.

222. „De livrat Trimestrul Ulterior celui Următor”: numărul de unități de materie primă comandate și cumpărate în Trimestrul Precedent pentru a fi livrate în Trimestrul Ulterior celui Următor.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

223. „Personal inițial Trimestrul Precedent”: numărul de muncitori calificați și de muncitori necalificați disponibili la începutul Trimestrului Precedent. Acesta este numărul de muncitori calificați care au lucrat pentru dvs. în cursul Trimestrului Precedent. În ce privește muncitorii necalificați, acesta este doar numărul de muncitori disponibili la începutul Trimestrului Precedent.

224. „Recrutați Trimestrul Precedent”: numărul de muncitori selectați cu succes în Trimestrul Precedent. Muncitorii calificați au fost recrutați la sfârșitul Trimestrului Precedent și prin urmare, nu au lucrat în acea perioadă. Lucrătorii necalificați au fost selectați în mod automat la începutul trimestrului pentru a alcătui numărul necesar pentru asistarea utilajelor la nivelul de ture stabilit (4 muncitori per utilaj pentru fiecare tură).

225. „Șomeri recalificați”: numărul de muncitori selectați de pe piața forței de muncă nevalorificată, și instruiți în Trimestrul Precedent pentru a deveni muncitori calificați. Aceștia sunt disponibili să lucreze pentru dvs. în Trimestrul Următor.

226. „Concediați”: numărul de muncitori pe care ați decis să îl concediați în Trimestrul Precedent. Muncitorii calificați au fost concediați la sfârșitul Trimestrului Precedent și prin urmare au lucrat pentru dvs. pe parcursul trimestrului. Lucrătorii necalificați au fost concediați la începutul Trimestrului Precedent. Aceștia sunt concediați doar din cauza reducerii numărului de utilaje sau a scăderii nivelului de ture, dar așa cum doar jumătate din forța necalificată de muncă suplimentară poate fi concediată într-un trimestru, este posibil să aveți mai mulți lucrători necalificați decât aveți nevoie.

227. „Plecați la sfârșitul Trimestrului Precedent”: numărul de muncitori care au plecat din cauza îmbolnăvirii, a pensionării sau care au plecat să lucreze pentru companiile concurente. Toți aceștia ar fi trebuit să plece la sfârșitul Trimestrului Precedent.

228. „Disponibili pentru Trimestrul Următor”: numărul de muncitori care vor fi disponibili să lucreze pentru dvs. la începutul Trimestrului Următor. Numărul muncitorilor necalificați se poate schimba atunci imediat datorită schimbărilor survenite în legătură cu numărul de utilaje sau cu nivelul schimburilor de lucru. Această cifră reprezintă totalul numerelor „Personal inițial Trimestrul Precedent”, „Recrutați Trimestrul Precedent” și „Șomeri recalificați”, minus cei „Concediați” și „Plecați la sfârșitul Trimestrului Precedent”.

AGENȚI & DISTRIBUITORI

229. Detalii cu privire la recrutarea și încheierea colaborării cu agenții de vânzări din Europa și distribuitorii din NAFTA:

230. „Agenți & Distribuitori: Disponibili Trimestrul Precedent”: numărul agenților și distribuitorilor care v-au reprezentat în cursul Trimestrului Precedent. Acest număr este egal cu numărul celor „Disponibili Trimestrul Următor” din Raportul Trimestrului Anterior celui Precedent.

231. „Plecați Trimestrul Precedent”: numărul de agenți și distribuitori care s-au decis să nu vă mai reprezinte. Acest lucru este posibil pentru că și-au dat seama că nu fac destul profit sau nu sunt susținuți suficient de publicitatea pe care o faceți și de comisioanele pe care le oferiți comparativ cu alte companii.

232. „Concediați Trimestrul Precedent”: numărul de agenți și distribuitori care considerați că nu ar trebui să vă mai reprezinte la sfârșitul Trimestrului Precedent, printr-o decizie luată la începutul Trimestrului Precedent.

233. „Recrutați pentru Trimestrul Următor”: Numărul de agenți și de distribuitori noi care au fost de acord să vă reprezinte de la începutul Trimestrului Următor. Aceștia au fost selectați în Trimestrul Precedent pentru a duce la bun sfârșit decizia privind dimensiunea rețelei dvs. stabilită ca obiectiv la începutul Trimestrului Precedent. S-ar putea să nu găsiți toți agenții și distribuitorii pe care îi căutați. Agenții și distribuitorii sunt atrași în rețeaua dvs. în general din motive contrare celor care îi determină să plece.

234. „Disponibili pentru Trimestrul Următor”: numărul de agenți și distribuitori care vor vinde în numele companiei dvs. în Trimestrul Următor.

TEHNOLOGIA INFORMAȚIILOR

235. Această secțiune pune la dispoziție statistici privind performanța activității dvs. pe internet. În cazul în care nu dețineți un website, statisticile vor fi 0.

236. „Număr Portaluri/Servere operate”: numărul de portaluri/serve de comunicare pe care l-ați stabilit în Trimestrul Precedent. Aceasta este o măsură a capacității pe care o are sistemul dvs.

237. „Numărul de accesări Internet reușite Trimestrul Precedent”: Numărul total de accesări realizate cu succes pe website-ul dvs. în Trimestrul Precedent. Aceste accesări arată gradul de interes pentru website-ul dvs. Succesul pe care îl aveți cu privire la transformarea acestor accesări în comenzi pentru produse va depinde de puterea de vânzare a website-ului și de imaginea de marketing pe care o au produsele dvs.

238. „% de accesări Internet eșuate Trimestrul Precedent”: numărul încercărilor fără succes de a accesa website-ul dvs. în Trimestrul Precedent împărțit la numărul total de încercări. Aceste statistici sunt rezultatul investigațiilor tehnice realizate uzual de personalul companiei dvs.

PRODUSELE

239. „Planificate”: numărul total al fiecărui tip de produs pe care l-ați stabilit în „Planul de Producție” din Trimestrul Precedent, adunat în toate zonele.

240. „Fabricate”: numărul de produse care au fost fabricate efectiv în fabrica dvs. în Trimestrul Precedent, inclusiv cele refuzate și cele refabricate pentru a le înlocui pe cele refuzate. Este posibil ca acest număr să fie mai mic decât numărul „Planificate” dacă nu aveți capacitate de producție suficientă pentru a realiza numărul pe care îl doriți.

241. „Refuzate”: numărul produselor respinse, dintre cele fabricate efectiv de compania dvs., de către departamentul de Control al Calității. Acestea se vând cu preț redus, fiind considerate rebuturi (TP - Tabelul 8). Dacă dispuneți de resurse suficiente, departamentul dvs. de Producție va fabrica un număr suplimentar de produse pentru a le înlocui pe cele refuzate.

242. „Pierdute/Distruse”: numărul fiecărui tip de produs pierdut, furat sau distrus în cadrul sistemului dvs. de distribuție în Trimestrul Precedent, pentru care este posibil să vi se plătească asigurare dacă sunteți asigurat. (Căutați semnul „!”).

243. „Expediate către”: numărul fiecărui tip de produs fabricat și expedit efectiv în fiecare zonă comercială și pentru distribuitorul pe internet. Acest număr poate fi mai mic decât numărul stabilit la început, dacă fabrica dvs. nu dispune de o capacitate suficientă de producție, sau produsele sunt pierdute/distruse, așa cum este descris mai sus. Produsele nu vor fi trimise pe piețele în care nu aveți o rețea de distribuție.

244. „Comenzi de la”: numărul de comenzi primite pentru fiecare dintre produsele dvs. în fiecare zonă, în Trimestrul Precedent. Acestea sunt comenzi noi și nu includ comenzi neonorate ce așteaptă să fie îndeplinite din Trimestrul Anterior celui Precedent.

245. „Vânzări”: numărul fiecărui tip de produs vândut în fiecare zonă în Trimestrul Precedent. Se ia în considerare numărul cel mai mic dintre: comenzile noi plus comenzile neonorate din Trimestrul Anterior celui Precedent; sau livrările din Trimestrul Precedent plus stocurile de produse raportate pentru vânzare din Trimestrul Anterior celui Precedent.

246. „Comenzi neonorate”: numărul comenzilor neonorate din Europa și NAFTA pentru fiecare produs, reportate în Trimestrul Precedent datorită unui sistem de livrare ineficient. Este posibil ca pe internet să nu existe comenzi neonorate. Remarcați că aceste cantități reprezintă doar jumătate din numărul real de comenzi neonorate, iar cealaltă jumătate reprezintă comenzi anulate. Acestea nu au fost transferate în mod direct la companiile concurente, dar probabil acolo vor ajunge cândva în viitor. Numărul de comenzi neonorate poate crește și mai mult la începutul Trimestrului Următor dacă decideți să măriți prețul între timp sau să reduceți timpul de asamblare pentru produsele dvs. (vezi următorul paragraf pentru metoda de calcul).

247. „Stocuri din depozite”: numărul produselor depozitate în fiecare zonă și disponibile pentru vânzare în Trimestrul Următor. Stocurile excedente ale oricărui produs pot fi vândute la începutul Trimestrului Următor dacă între timp vă hotărâți să aplicați o îmbunătățire Majoră produsului respectiv. Numerele „Stocuri din depozite” sau „Comenzi neonorate” pentru fiecare produs din fiecare zonă se calculează astfel: stocurile de produse din Trimestrul Anterior celui Precedent, plus livrările din cursul Trimestrului Precedent, minus comenzile neonorate din Trimestrul Anterior celui Precedent, minus comenzile primite în cursul Trimestrului Precedent. Un rezultat pozitiv înseamnă că în acea zonă aveți stocuri de produse disponibile pentru vânzare în Trimestrul Următor. Un rezultat negativ înseamnă că aveți comenzi neonorate în acea zonă, dintre care jumătate vor fi anulate astfel încât rezultatul va fi împărțit la doi înainte să fie raportat ca și comandă neonorată.

248. „Produs: Îmbunătățire”: trei cuvinte pot apărea aici, pentru fiecare produs:

- **„Zero”** indică faptul că nicio sugestie de îmbunătățire a produselor nu a venit din partea departamentului de Cercetare și Dezvoltare în Trimestrul Precedent.
- **„Minor”** indică faptul că departamentul de Cercetare și Dezvoltare din cadrul companiei dvs. a realizat o îmbunătățire relativ Minoră pentru produsul dvs., care a fost automat inclusă în fabricarea produsului în Trimestrul Precedent și a început să influențeze imaginea de marketing a produsului. Nu sunt necesare decizii suplimentare.
- **„Major”** indică faptul că departamentul de Cercetare și Dezvoltare din cadrul companiei dvs. a realizat o îmbunătățire de o importanță Majoră care așteaptă acum decizia dvs. pentru a fi pusă în aplicare. O îmbunătățire Majoră a produsului este comunicată o singură dată, dar rămâne



după viral

după viral



viral după

Nu ai voie să pierzi niciunul oriunde ai fi.



viral după



CU CONNECT 3G POȚI SĂ STAI PE NET CÂT VREI, PE LAPTOP SAU TABLETĂ.

- **Super** viteză 3G
- Trafic de date **inclus**



COSMOTE

Lumea noastră ești tu

Detalii pe www.cosmote.ro/Connect3G



1:53 / 2:53



Profiles International TM

imagine great people



Mai mult de 45.000 de companii și organizații din peste 122 de țări confirmă statutul de lider al **Profiles International** în domeniul evaluării și dezvoltării de personal, datorită beneficiilor oferite privind: Informația, Tehnologia, Cercetarea, Calitatea și Serviciul Clienți.

Profiles International dezvoltă evaluări de personal și soluții de managementul talentelor pentru a crește performanța angajaților și a managerilor acestora precum și pentru creșterea productivității forței de muncă.

Noi ajutăm clienții să câștige un important avantaj competitiv datorită înțelegerii firii umane până în cele mai adânci zone. Aceasta presupune înțelegerea modului cum gândesc oamenii, a tendințelor naturale, a comportamentelor și preferințelor, a atitudinilor cheie specifice la locul de muncă. Acest lucru ajuta companiile să selecteze persoana corectă, să o așeze la locul potrivit și să o ajute să lucreze la potențialul maxim.

Începând cu anul înființării noastre 1991, am realizat peste 45.000.000 de evaluări în peste 40.000 de organizații din 122 de țări. Facem acest lucru împreună cu cei peste 200 de angajați ai noștri și a peste 1000 de parteneri din întreaga lume, cu formare în domenii precum psihologie organizațională, managementul resurselor umane, training corporatist, educație și tehnologia informației.

- valabilă până vă hotărâți să o implementați. Dacă, înainte ca o îmbunătățire Majoră să fie pusă în aplicare, mai este comunicată încă o îmbunătățire Majoră, atunci în momentul în care se ia decizia de implementare a îmbunătățirii unui produs, vor fi aplicate simultan toate îmbunătățirile valabile pentru acel produs.

249. „Reparate: Garanție”: numărul produselor reparate conform garanției de un an oferită de companie. Reparațiile sunt efectuate de agențiile locale de service. Aceste produse pot include produse returnate din cauza unei concepții de calitate slabă sau din cauza problemelor ecologice inerente. De asemenea, stocurile de produse din sistemul dvs. de distribuție mai pot necesita reparații similare (căutați semnul „!”). Numărul unităților returnate din acest motiv nu se precizează separat.

250. „Servicii Internet: Reclamații”: numărul de reclamații primite de distribuitorul pe internet din cauza incapacității de a livra, ambala în mod corespunzător produsele, din cauza scrierii incorecte a adreselor sau a altor probleme tehnice de livrare. Aceste numere oferă indicații cu privire la eficiența activității distribuitorului pe internet care pot influența imaginea de marketing a companiei dvs.

251. „Transport: Distanța medie(km)”: distanța medie a drumului parcurs pentru livrarea produselor către agenți și distribuitori. Distanțele parcurse la distribuitorul pe internet și la portul utilizat pentru expedierea produselor în NAFTA au o lungime fixă precizată în TP - Tabelul 12. Pentru Europa numărul mediu de zile acordate pentru fiecare drum va fi distanța medie a călătoriei exprimată cu ajutorul kilometrajului zilnic specificat în TP - Tabelul 12. Zilele parțiale vor fi considerate întregi pentru a acoperi întreținerea, încărcarea, etc.

252. „Numărul de încărcături”: numărul încărcăturilor în containere trimise în fiecare zonă. Încărcăturile parțiale sunt considerate complete. Acest număr este echivalent cu numărul de drumuri efectuate.

CONTURI – (Euro)

253. Partea finală din Raportul de Management o reprezintă conturile companiei ce apar sub titluri precum „Cheltuieli Administrative”, „Structura Venitului”, „Bilanț” și „Situatie flux numerar”. Acestea sunt tratate amănunțit mai jos. Toate tranzacțiile sunt înregistrate în euro. Atunci unde plățile sunt datorate în dolari, se transformă în euro la cursul de schimb în vigoare din Trimestrului Precedent.

CHELTUIELI ADMINISTRATIVE

254. Punctele specificate pentru Cheltuieli Administrative se referă la costurile suportate în cursul Trimestrului Precedent.

255. „Publicitate”: costul total al reclamelor pentru toate produsele din toate zonele, așa cum s-a stabilit.

256. „Agent distribuție Internet”: plățile compensatorii totale și comisioanele pe care le plățiți agentului de distribuție pe internet (TP - Tabelul 3). Valoarea vânzărilor din Trimestrului Precedent înmulțit cu procentul stabilit, plus plata compensatorie stabilită. Nu există decât un agent. Pentru inițierea și lichidarea activității pe internet există costuri asociate (TP - Tabelul 3).

257. „Furnizor servicii Internet”: costul activităților pe care le desfășurați pe internet, care depinde de numărul de portaluri/serve pe care le-ați instalat, plus o taxă variabilă pentru serviciile specifice precum securitatea rețelei, considerată a fi un procent din valoarea vânzărilor pe internet (TP - Tabelul 4). Pentru inițierea și lichidarea activității pe internet există costuri asociate (TP - Tabelul 4).

258. „Agenți de vânzări & Distribuitori”: costul total al plăților compensatorii și comisioanele plătite agenților din Europa și distribuitorilor din NAFTA în cursul Trimestrului Precedent, plus costul acumulat cu o decizie privind reducerea numărului de agenți și distribuitori la sfârșitul Trimestrului Precedent, plus costul acțiunii de recrutare de noi agenți și distribuitori pentru a ajunge la numărul necesar. Numărul persoanelor pe care doriți să le recrutați (și prin urmare pentru care a trebuit să plătiți taxe de recrutare) este numărul stabilit ca obiectiv, pe care ați încercat să îl obțineți în Trimestrul Precedent, mai puțin numărul din rețeaua dvs. la sfârșitul Trimestrului Anterior celui Precedent (TP - Tabelul 3). Comisionul distribuitorilor se plătește în funcție de valoarea vânzărilor. Nu există niciun cost pentru

agenții care au luat decizia să nu mai lucreze în compania dvs. în cursul Trimestrului Precedent.

259. „Birou vânzări”: costurile privind administrarea vânzărilor reprezintă 1% din valoarea totală a comenzilor luate din toate zonele în cursul Trimestrului Precedent.

260. „Servicii Garanție”: costul total al reparațiilor produselor returnate în Trimestrul Precedent din cauza defectelor, conform garanției de un an. Numărul reparațiilor din Trimestrul Precedent înmulțit cu costurile respective (TP - Tabelul 9). Articolele reparate ca urmare a rechemării produselor se taxează cu 75% din costul standard.

261. „Expediere & Transport”: costul pe care îl implică utilizarea mijloacelor de transport închiriate pentru livrarea produselor din cadrul companiei dvs. către distribuitorul pe internet și agenții din Europa în Trimestrul Precedent, plus costul de expediere a containerelor încărcate cu produse către NAFTA.

- a) Costul mijloacelor de transport închiriate în Europa este reprezentat de numărul zilelor necesare pentru transportul de containere, înmulțit cu rata zilnică de închiriere a containerelor, specificată în TP - Tabelul 12.
- b) Costul expedierii de mărfuri pentru NAFTA și pentru distribuitorul pe internet este reprezentat de zilele necesare pentru transportul de containere până la portul NAFTA și/sau până la distribuitorul pe internet, înmulțit cu costul zilnic pentru fiecare container.

262. Numărul zilelor necesare transportului de containere poate fi calculat împărțind distanțele cu maximul zilnic permis (rotunjit), înmulțit cu numărul de încărcături. În toate cazurile sunt permise încărcăturile ce conțin mai multe tipuri de produse (TP - Tabelul 12).

263. „Cercetare Produse”: suma totală cheltuită în cursul Trimestrului Precedent pentru cercetare în vederea îmbunătățirii produselor, așa cum a fost stabilit.

264. „Dezvoltare Website”: în fiecare trimestru decideți ce sumă să investiți pentru dezvoltarea și întreținerea website-ului dvs. (dacă aveți unul). Banii se cheltuiesc pentru actualizarea informațiilor prezentate și pentru dezvoltarea programului de software pentru ca website-ul să fie mai atractiv. Există un factor de uzură internă care determină website-ul să pară demodat și depășit în timp. Ar trebui să investiți pentru a distruge această tendință. „Clasificarea website-ului pe bază de stele” depinde de cât de mulți bani cheltuiți în mod regulat.

265. „Departament personal”: costul total al trainingului din Trimestrul Precedent, al recrutărilor și concedierilor de personal. Numărul stabilit la fiecare categorie înmulțit cu costul corespunzător precizat în TP - Tabelul 15.

266. „Întreținere utilaje”: costul pentru întreținerea și repararea utilajelor din cadrul companiei. Numărul orelor stabilite prin contract este înmulțit cu numărul de utilaje, înmulțit cu costul pe oră. Dacă numărul orelor de defecțiune depășește numărul total al orelor stabilite prin contract, diferența va fi plătită cu ora la un preț mai ridicat, de urgență (TP - Tabelul 6).

267. „Depozitare & Achiziții”: costul activității destinate depozitării în zonele dvs. pe fiecare trimestru și costul administrativ, plus costul pentru fiecare din numărul mediu de unități de materie primă livrate și păstrate în depozitele comerciale (adică orice cantitate ce depășește spațiul maxim din fabrică), plus un cost pentru fiecare unitate a produselor depozitate în zonele de vânzări la prețurile respective (TP - Tabelele 13 și 14).

268. „Informații comerciale”: costul informațiilor plătite din Trimestrul Precedent, așa cum a fost stabilit (TP - Tabelul 2).

269. „Control credite”: costul pentru colectarea banilor de la companiile datornice; plus taxele plătite la bancă pentru gestionarea plăților făcute pe internet cu cărțile de credit (TP - Tabelul 20).

270. „Asigurări”: prima de asigurare pentru asigurarea de risc. Reprezintă totalul specificat în Bilanțul din Trimestrul Anterior celui Precedent al Activelor Fixe, Stocurilor de Produse și Stocurilor de Materii prime păstrate, toate înmulțite cu rata de asigurare conform poliței de asigurare stabilite. Dacă nu ați optat pentru nicio asigurare, acest număr va fi zero.

271. „Buget management”: costul departamentului managerial din Trimestrul Precedent, așa cum a fost stabilit.

272. „Cheltuieli diverse”: totalul celorlalte costuri neprevăzute care nu au fost incluse până acum. Acest total reprezintă un cost fix plus un procent al tuturor costurilor incluse în cheltuielile administrative până acum (incluzând costul fix) (TP - Tabelul 20). Vezi de asemenea Paragraful 186.

273. „Total cheltuieli administrative”: totalul cheltuielilor administrative, prezentate în Paragrafele 255 – 272.

274. „Profit brut/ Pierderi acumulate”: suma profitului acumulat (sau a pierderilor, dacă numărul este negativ) până la sfârșitul Trimestrului Precedent. Acesta se calculează ca profit impozabil/pierdere din Trimestrul Anterior celui Precedent, plus profitul brut, dobânda și plățile de asigurare încasate, mai puțin dobânda plătită, cheltuielile administrative și deprecierea din Trimestrul Precedent. Dacă această valoare este pozitivă când se fixează suma impozitului în al patrulea trimestru din an, atunci impozitul se va plăti pe baza unui procent din valoare, iar cifra „Profit brut/Pierderi acumulate” va fi raportată zero în Trimestrul Următor. Dacă cifra este negativă (însemnând pierdere), atunci când se fixează suma impozitului, nu se plătește nicio taxă, iar pierderea va fi raportată în Trimestrul Următor. Cifra din al patrulea trimestru al fiecărui an reprezintă valoarea sumei chiar înainte de fixarea impozitului. Odată ce impozitul a fost fixat, taxa pentru profitul impozabil a fost redusă la zero la începutul primului trimestru (TP - Tabelul 20).

275. „Daună asigurare”: valoarea totală evaluată a revendicărilor pentru pierderile suferite în Trimestrul Precedent. În cazul în care nu ați obținut asigurarea, aceasta va fi zero.

276. „Asigurare excedentă”: suma pe care o presupune asigurarea de risc la care se obligă compania dvs. înainte să i se achite daunele de la agențiile de asigurare. Prin aplicarea procentului acceptat conform poliței de asigurare alese, este posibil ca această sumă să se utilizeze pentru reîntregirea valorii totale a asigurării.

STRUCTURA VENITULUI

277. Evaluarea structurii venitului se definește în două părți. Prima parte calculează profitul brut, a doua precizează profitul/pierderea perioadei curente.

278. „Venit din vânzare”: venitul total provenit din toate activitățile comerciale din Trimestrul Precedent. Numărul fiecărui tip de produs vândut în Europa, în NAFTA și pe internet este înmulțit cu prețurile corespunzătoare, plus numărul fiecărui tip de produs lichidat la prețul de evaluare după implementarea unei îmbunătățiri majore a produsului (TP - Tabelul 21), plus vânzarea tuturor produselor respinse la prețul de rebut (TP - Tabelul 8).

279. „Valoarea stocului inițial”: valoarea totală a stocurilor de produse și materiile prime păstrate sau comandate la începutul Trimestrului Precedent. Această valoare este stabilită ca „Valoarea stocului final” din Raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent.

280. „Achiziții materii prime”: costul materiilor prime comandate în Trimestrul Precedent, în cantitățile stabilite și la prețurile anunțate din Trimestrul Anterior celui Precedent. Materiile prime comandate pentru trimestrele viitoare sunt incluse în această cifră la prețurile cotate viitoare. Unitățile de material achiziționate automat pentru a completa lipsurile din Trimestrul Precedent se plătesc la prețul la vedere plus un surplus precizat în TP - Tabelul 13. Remarcați că prețul materiilor prime este în dolari și se plătesc în dolari, dar în conturi apare în euro, transformați conform cursului de schimb valabil din Trimestrul Precedent.

281. „Costuri muncitori calificați”: numărul orelor muncitorilor calificați din perioada de bază, plus cele suplimentare din zilele de sâmbătă și duminică din Trimestrul Precedent înmulțite toate cu salariul de bază pe oră sau cu sporurile salariale corespunzătoare. Dacă acest total transformat în salariul mediu pe lucrător, pentru fiecare săptămână lucrată, este mai mic decât o cifră similară pentru muncitorii necalificați, rata veniturilor medii săptămânale pentru munca necalificată se folosește în locul acestui total și se înmulțește cu numărul total de săptămâni lucrate.

282. „Costuri muncitori necalificați”: numărul orelor de exploatare plus cele de avarie ale utilajelor din perioada de bază, plus cele suplimentare din zilele de sâmbătă și duminică din Trimestrul Precedent, pentru numărul de ture stabilit, înmulțit cu salariul pe oră corespunzător (un procent fix din salariul pe oră al muncitorilor calificați, (TP - Tabelul 17)), toate mărite prin sporurile pe care le implică schimbul de lucru, înmulțit cu patru muncitori pentru fiecare utilaj. Dacă numărul muncitorilor necalificați a fost mai mare decât numărul necesar pentru operarea utilajelor, acești muncitori care sunt în plus sunt plătiți cu același salariu mediu ca și cei care asistă utilajele.

Lucrătorii necalificați sunt plătiți pentru numărul minim de ore pe trimestru (TP - Tabelul 17).

283. „Costuri exploatare utilaje”: costul pe care îl implică funcționarea utilajelor în Trimestrul Precedent. Numărul de utilaje care vă sunt puse la dispoziție este înmulțit cu costul cheltuielilor generale ale utilajelor, plus costul pentru supravegherea de pe fiecare schimb de lucru, plus numărul de ore de funcționare a fiecărui utilaj înmulțit cu randamentul utilajului, plus o taxă pentru fiecare produs fabricat, necesară pentru acoperirea cheltuielilor cu planificarea producției (TP - Tabelul 10).

284. „Controlul calității”: Costul fix pe care îl implică departamentul de Control al Calității din cadrul companiei dvs., precizat în TP - Tabelul 10.

285. „Valoarea stocului final”: valoarea totală a materiei prime deținute care a fost comandată la sfârșitul Trimestrului Precedent, plus valoarea stocurilor de produse de la sfârșitul Trimestrului Precedent (vezi paragrafele 302, respectiv 301).

286. „Costuri vânzări”: costul de fabricare a produselor vândute în Trimestrul Precedent (totalul valorilor din paragrafele 279-284, minus 285).

287. „Profit brut/Pierderi”: „Venit din vânzări” minus „Costuri vânzări”.

288. „Încasări asigurări”: suma pe care compania de asigurări o plătește companiei dvs. printr-o reglementare a despăgubirilor pretinse de dvs. în Trimestrul Precedent. Suma totală ce poate fi pretinsă, minus asigurarea excedentă pe care ați acceptat-o conform poliței de asigurare pe care ați stabilit-o (TP - Tabelul 22) (TVD - Rândul T).

289. „Venituri financiare”: dobânda câștigată în urma investițiilor păstrate în cursul trimestrului.

290. „Cheltuieli financiare”: dobânda plătită pentru toate liniile de credit și creditele fără garanții, făcute de companie în cursul Trimestrului Precedent, plus dobânda plătită pentru împrumutul la termen. Calcularea dobânzii presupune reorganizarea inițială a împrumuturilor, a numerarului și a investițiilor din Bilanțul de la sfârșitul Trimestrului Anterior celui Precedent datorită deciziilor luate în legătură cu investițiile și împrumuturile la începutul Trimestrului Precedent. Dobânda pentru linia de credit și pentru creditul fără garanții se calculează pe baza unui flux monetar stabil din interiorul și din exteriorul companiei în cursul Trimestrului Precedent, așa cum se explică în TP - Tabelul 14. Dobânda pentru creditele fără garanții se adaugă la valoarea creditelor, iar dobânda pentru linia de credit se adaugă la linia de credit. În cazul în care unul dintre aceste tipuri de credite este eliminat pe parcursul trimestrului, toată dobânda pentru creditul fără garanții se adaugă la linia de credit și dobânda pentru linia de credit se scade din numerar.

291. „Cheltuieli Administrative”: vezi paragraful 273.

292. „Devalorizare”: suma totală prin care s-au devalorizat utilajele în Trimestrul Precedent. Această valoare se calculează ca un procent fix din: valoarea utilajelor, specificată în Bilanțul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent, plus a doua plată pentru toate utilajele instalate în Trimestrul Precedent, mai puțin valoarea tuturor utilajelor vândute în Trimestrul Precedent. Rata de depreciere este precizată în TP - Tabelul 18.

293. „Impozit stabilit”: suma impozitului pe profit pe care trebuie să o plătească firma dvs. Se stabilește la sfârșitul celui de-al patrulea trimestru în fiecare an. Acest impozit se calculează pe baza oricărei valori pozitive a profitului brut acumulat înmulțită cu procentul de impozit precizat în TP - Tabelul 20. Impozitul fixat se scade imediat din conturile de profit și din conturile de pierderi și se raportează în Bilanț ca și creanță până ce va fi plătit în al doilea trimestru din anul următor.

294. „Profit/pierdere perioada curentă”: profitul brut, plus dobânda și plățile de asigurare încasate, minus dobânda plătită, cheltuieli administrative, devalorizarea și impozitul stabilit.

295. „Dividende plătite”: suma plătită acționarilor în urma deciziei de a plăti un dividend în primul sau al treilea trimestru. Capitalul de acțiuni pe care îl dețineți se înmulțește cu procentul de dividende stabilit. Suma dividendelor plătite este posibil să fi fost limitată la profitul nedistribuit din Trimestrul Anterior celui Precedent.

Mai mult pentru familia ta!



Family Time

AI CEL MAI TARE BONUS LA ABONARE:

- **COMUNICARE NELIMITATĂ** în rețea cu cineva drag
- **MINUTE** naționale / internaționale lunar



Lumea noastră ești tu

Oferta este valabilă pentru abonați persoane fizice: 1) clienți noi COSMOTÉ, la activarea a cel puțin două abonamente de voce, pe aceeași factură, indiferent de planul tarifar ales sau 2) clienți existenți cu contract de voce COSMOTÉ, care activează în perioada promoțională cel puțin un contract nou de voce, pe aceeași factură, indiferent de planul tarifar ales. La activarea contractului nou pe 12/24 de luni, clientul va indica numărul considerat favorit din numerele existente pe contul său. Numărul favorit va putea fi apelat nelimitat și gratuit de către celălalt număr activat, pe toată perioada contractului. De asemenea, fiecare din cele două numere va primi bonus lunar de 25 de minute naționale / internaționale Zona 1 timp de 12/24 de luni. Detalii pe www.cosmote.ro și în magazine.



Global Management Challenge este o competiție de strategie și de management, unică în peisajul socio-economic actual, care are la bază un simulator interactiv de business ce permite învățarea prin experimentare directă a mecanismelor de conducere a unei afaceri. În România a ajuns la a VIII-a ediție, iar în lume deja vorbim despre o istorie intinsă pe parcursul a 33 de ani. Echipe din 42 de țări (și care reprezintă de asemenea companii de prestigiu înscrise în GMC) se luptă, an de an, să cucerească titlul mondial – Germania, Franța, Italia, Mexic, Brazilia, Grecia, Rusia, China sau Statele Unite ar fi doar câteva exemple.

Beneficii participanți

- dezvoltarea abilităților manageriale
- analiza și prelucrarea datelor financiare
- abilitatea de a gândi strategic
- flexibilitatea într-un mediu în permanentă schimbare
- dezvoltarea spiritului antreprenorial
- exercițiu de team-building
- dezvoltarea abilităților de comunicare



296. „Transferuri către Profitul nedistribuit”: Profitul/Pierdere din perioada curentă, minus dividendele. Activele nete de la sfârșitul Trimestrului Precedent se vor egala cu activele nete din Trimestrul Anterior celui Precedent plus această sumă, plus toate împrumuturile la termen suplimentare obținute în Trimestrul Precedent.

BILANȚUL

297. „Bilanțul”: acesta se compune din trei părți – active, pasive și capital.

298. „Valoarea proprietăților”: valoarea fixă a sediului de fabrică al companiei și alte bunuri fixe.

299. „Valoarea utilajelor”: valoarea curentă depreciată a utilajelor din companie. Valoarea utilajelor specificată în Raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent, plus a doua parte a plății pentru toate utilajele instalate în Trimestrul Precedent, mai puțin valoarea depreciată a tuturor utilajelor vândute în Trimestrul Precedent, toate reduse datorită ratei trimestriale de depreciere, plus valoarea întreagă a primei plăți pentru utilajele comandate recent în Trimestrul Precedent. Rata de depreciere este specificată în TP - Tabelul 18.

300. „Total active fixe”: valoarea totală a proprietăților și a utilajelor.

301. „Valoarea stocurilor de produse”: valoarea stocurilor de produse păstrate în diverse zone de vânzări la sfârșitul Trimestrului Precedent. Numărul fiecărui tip de produs păstrat se înmulțește cu valoarea corespunzătoare (TP - Tabelul 21).

302. „Valoarea stocurilor de materii prime”: valoarea în euro a stocurilor de materii prime păstrate în sau lângă fabrica dvs. la sfârșitul Trimestrului Precedent, plus unitățile deja comandate pentru Trimestrul Următor și pentru Trimestrul Ulterior celui Următor. Numărul total de unități păstrate și comandate se înmulțește cu un procent (TP - Tabelul 21) din cel mai mic preț dintre prețul la vedere și cel cu livrare la 3 sau 6 luni pentru materia primă din Trimestrul Următor specificată în Raportul din Trimestrul Precedent. Acest preț în dolari este transformat în euro conform cursului de schimb cotelat în Trimestrul Precedent.

303. „Total creanțe”: valoarea banilor pe care clienții îi datorează companiei dvs. „Total creanțe” din Raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent, plus vânzările din Trimestrul Precedent, minus veniturile comerciale (vezi paragraful 318).

304. „Numerar”: suma lichidităților păstrate fără să câștige dobânzi. „Numerar” din Trimestrul Anterior celui Precedent, minus cel necesar pentru finanțarea activităților operațiunilor companiei și investițiilor din Trimestrul Precedent; sau, plus toate fondurile suplimentare generate de operațiunile companiei, de vânzarea investițiilor sau de creditele adiționale la termen, primite în Trimestrul Precedent. Remarcați că suma de lichidități păstrate variază în mod automat în funcție de nevoia companiei pentru fondurile lichide.

305. „Investiții”: valoarea investițiilor păstrate sub formă de depozite bancare. Investițiile din Trimestrul Anterior celui Precedent, minus orice investiție pe care ați decis să o vindeți, sau, plus orice investiție nouă pe care ați decis să o achiziționați la începutul Trimestrului Precedent. Dobânda investițiilor variază în funcție de rata dobânzii actuale (TP - Tabelul 20).

Dobânda se plătește în fluxul monetar zilnic al companiei. Este posibil ca investițiile noi să fi fost constrânse de limita impusă de linia de credit.

306. „Total Active”: suma tuturor activelor de la paragraful 298 până la 305.

307. „Impozit stabilit”: suma impozitului fixat în trimestrul al patrulea, care trebuie plătită în următorul an în al doilea trimestru. În cazul în care impozitul trebuie plătit, va apărea o cifră numai în primul și al patrulea trimestru din fiecare an.

308. „Datorii furnizori”: suma de bani datorată de companie pentru bunurile și serviciile furnizate în Trimestrul Precedent. Costul pentru publicitate, plus serviciile de garanție, mijloacele de transport închiriate, dezvoltare website, întreținerea, o parte din depozitare și achiziționare, informațiile comerciale și plus 50% din materiile prime achiziționate (TP - Tabelul 24).

309. „Linia de credit”: suma de bani împrumutată de la bancă cu dobândă variabilă garantată de activele pe termen scurt din companie. Acest credit este limitat de limita liniei de credit precizată în Raportul pentru Trimestrul Anterior celui Precedent, dar cu toate acestea, dobânda ce trebuie plătită pentru linia de credit din Trimestrul Precedent se adaugă la suma datorată astfel încât dacă împrumutul este aproape de limită, el poate părea că este peste limita maximă permisă. Dacă linia de credit ar trebui rambursată în întregime, toată dobânda se va scădea din numerar. Fondurile sunt transferate în și din linia de credit în mod automat (până la limită) în funcție de necesitățile de funcționare ale companiei.

310. „Credite fără garanții”: suma de bani împrumutată unei companii, pe termen scurt, fără garanție, pentru finanțarea operațiilor în plus față de toate finanțările furnizate din resursele interne, linii de credit și credite la termen. Dobânda acestui tip de credit se adaugă la suma creditului doar dacă împrumutul nu este rambursat complet, caz în care toată dobânda se adaugă la linia de credit. Creditele fără garanții sunt furnizate și rambursate în mod automat în funcție de necesitățile operaționale ale companiei, numai după ce linia de credit disponibilă este epuizată.

311. „Total Pasive curente”: totalul pasivelor de la paragraful 307 până la 310.

312. „Credite la termen”: valoarea totală a împrumuturilor pe care compania dvs. a decis să le obțină din instituțiile de investiții pe termen lung.

313. „Active nete”: activele totale ale companiei, mai puțin toate pasivele curente pe termen scurt. Activele nete sunt egale cu cele din Trimestrul Anterior celui Precedent, plus cele transferate la profit nedistribuit din Trimestrul Precedent, plus orice împrumut suplimentar la termen pe care compania dvs. l-a obținut cu succes la începutul Trimestrului Precedent.

314. „Capital social”: fondurile inițiale ale acționarilor în forma acțiunilor de 1 Euro, care au fost utilizate pentru a furniza capitalul de început al companiei.

315. „Profit Nedistribuit”: profituri nedistribuite acumulate pe timpul existenței unei companii. Acestea se calculează ca „Valoare netă”, minus „Capital social”. Profitul nedistribuit este egal cu profitul nedistribuit din Trimestrul Anterior celui Precedent, plus profitul (sau pierderile) transferat la profitul nedistribuit din Trimestrul Precedent. Profitul nedistribuit poate fi și negativ (Vezi paragraful 296).

316. „Fonduri acționari”: totalul capitalului social plus profitul nedistribuit; sunt egale și cu „Activele nete”.

FLUXUL DE NUMERAR

317. „Situatie flux numerar” constituie partea finală a conturilor și arată cum sunt transferate fondurile companiei în și din operațiunile sale în Trimestrul Precedent.

Activități operaționale

318. „Venituri comerciale”: plățile făcute companiei din „Total Creanțe” în Trimestrul Precedent. O parte din „Total Creanțe” din Trimestrul Anterior celui Precedent și vânzările din Trimestrul Precedent. Veniturile provenite din vânzările din diverse zone în cursul Trimestrului Precedent fac subiectul termenelor de plată specificate în TP - Tabelul 23. Aceste termene nu sunt niciodată îndeplinite complet și prin urmare cei care nu plătesc creanțele sunt raportați în Bilanțul din Trimestrul Următor ca total creanțe.

319. „Încasări asigurări”: (vezi paragraful 288 mai sus).

320. „Plăți comerciale”: plățile care se fac pentru salarii, bunuri și servicii furnizate companiei. Cheltuieli administrative, 50% din materiile prime achiziționate, totalul salariilor, funcționarea utilajelor, controlul calității, plus datorii furnizori din Trimestrul Anterior celui Precedent, mai puțin cheltuielile administrative cu datorii furnizori din Trimestrul Precedent (adică se exclude costul materiilor prime din Trimestrul Precedent).

321. „Impozit plătit”: doar în al doilea trimestru se plătește impozitul fixat în Bilanțul din Trimestrul Anterior celui Precedent.

UN VAPORAȘ ÎNTÂLNEȘTE UN CUBULEȚ DE GHEAȚĂ

TESTARE
BONUS



Când dramele sunt prea greu de suportat pe ecran mare, încearcă un ecran mai mic.

Pentru că acum ai televiziune și pe mobil:

- Canale TV disponibile 24/24
- Imagine HIGH-QUALITY la viteză 3G



Instalează acum aplicația din Play Store
și App Store!



Lumea noastră ești tu



Dima Consulting Group este o firmă specializată în activități de: selecție și recrutare personal, evaluare și intervenție organizațională, traininguri, cursuri de calificare și specializare, elaborare și implementare sisteme de management al performanțelor, evaluarea angajaților.

Apărută pe piață în 1996, ***Dima Consulting Group*** a crescut de la an la an, astfel încât, în prezent este lider regional în domeniul Consultanței în Resurse Umane.



Dima
Consulting
Group®

Activități de Investiții

- 322.** „Dobânda încasată”: dobânda câștigată în urma investițiilor din Trimestrul Precedent.
- 323.** „Active vândute”: valoarea utilajelor vândute la începutul Trimestrului Precedent la valoarea depreciată.
- 324.** „Active achiziționate”: sumele date ca parte a plăților făcute pentru utilajele comandate sau instalate în Trimestrul Precedent (TP - Tabelul 18).

Activități Financiare

- 325.** „Credite suplimentare”: totalul liniilor de credit, a împrumuturilor la termen și a celor fără garanții, minus totalul aceluiași tipuri de împrumuturi din Trimestrul Anterior celui Precedent; dacă sunt pozitive.
- 326.** „Dobânda plătită”: costul împrumuturilor din cursul Trimestrului Precedent. Dobânda se plătește pentru împrumuturile la termen, liniile de credit și împrumuturile fără garanții, având rate variabile precizate în TP 20.
- 327.** „Dividende plătite”: (vezi paragraful 295).
- 328.** „Flux numerar net”: diferența dintre aflusul (de la paragraful 318 până la 321) și ieșirile (de la paragraful 322 până la 326) de fonduri lichide. Valoarea pozitivă indică un aflus net de fonduri în numerarul companiei dvs. Valoarea negativă indică ieșiri de lichidități din companie, și în general sunt indicate cu zero.
- 329.** „Limita liniei de credit pentru Trimestrul Următor”: suma maximă pe care banca v-o poate acorda pentru linia de credit în Trimestrul Următor. Se bazează pe Raportul pentru Trimestrul Precedent și se calculează ca în TP - Tabelul 19.
- 330.** „Solvabilitatea pentru Trimestrul Următor”: suma maximă suplimentară a creditului la termen pe care o puteți obține în Trimestrul Următor. Aceasta depinde de cursul pe care bursa de valori îl acordă acțiunilor companiei dvs., de suma tuturor împrumuturilor la termen existente și de limita liniilor de credit pe care este posibil să le fi obținut de la bancă. Se calculează conform TP - Tabelului 19.
- 331.** „Cursul per acțiune”: Prețul cotelat de Bursa de valori pentru acțiunile fiecărei companii la sfârșitul Trimestrului Precedent, specificat în Euro.
- 332.** „% Dividende plătite”: procentul din capitalul unei companii care se plătește în dividende, așa cum s-a decis în Trimestrul Precedent (doar în trimestrele impare).

CURSUL ACȚIUNILOR OBȚINUT LA SFÂRȘITUL SIMULĂRII ESTE UNICUL CRITERIU PE BAZĂ CĂRUIA SE EVALUEAZĂ PERFORMANȚA COMPANIEI

INFORMAȚII COMERCIALE

- 333.** Partea a cincea a Raportului de Management conține informații generale care vă sunt puse la dispoziție gratuit sau la cerere, în schimbul unei plăți (TP - Tabelul 2).

Informațiile comerciale constau din:

- 334.** Informațiile despre companie, care ar trebui să vi se pună la dispoziție gratuit:

- a)** „Prețuri”: stabilite de fiecare companie pentru fiecare produs pe fiecare piață în Trimestrul Precedent;
- b)** „Total Număr angajați”: numărul total al muncitorilor calificați și necalificați angajați ai fiecărei companii în Trimestrul Precedent;
- c)** „Salariul /ora asamblare”: salariul de bază pe oră a muncitorilor calificați din fiecare companie în Trimestrul Precedent;
- d)** „Agenți și distribuitori”: numărul total al agenților și distribuitorilor care au lucrat pentru fiecare companie în Europa și NAFTA în Trimestrul Precedent.

- 335.** „Activități comerciale”: pentru aceste informații trebuie să plătiți o sumă (TP - Tabelul 2):

- a) cheltuieli pentru publicitate;
- b) cheltuieli pentru cercetare și dezvoltare;
- c) clasificarea pe bază de stele pentru fiecare produs, cum reiese din evaluarea pe un eșantion de consumatori;
- d) o evaluare a eficienței website-ului.

În toate cazurile evaluarea se face pe bază de stele de la una la cinci, una însemnând calitatea foarte slabă, iar cinci calitate excelentă.

336. „% cota de piață a produselor vândute”: cotele de piață se calculează pe baza numărului de vânzări, nu pe baza comenzilor. Informația este furnizată pe cele trei zone comerciale, pentru fiecare produs. Pentru aceste informații plătiți o sumă de bani (TP – Tabelul 2):

- a) Cota de piață a fiecărei companii de pe piața europeană a comerțului cu amănuntul. În afară de dvs. și de concurenții dvs. direcți, există alte companii concurente care vând produse importate și prin urmare totalul va fi mai mic de 100%.
- b) Cota de piață a fiecărei companii de pe piața americană a comerțului cu amănuntul. La fel, totalul este mai mic de 100%.
- c) Cota de piață a fiecărei companii de pe piața comerțului pe internet. Similar, totalul ajunge la mai puțin de 100% datorită existenței celorlalți concurenți din întreaga lume.

INFORMAȚII ECONOMICE

337. La fiecare șase luni se furnizează un Raport Financiar al tuturor companiilor.

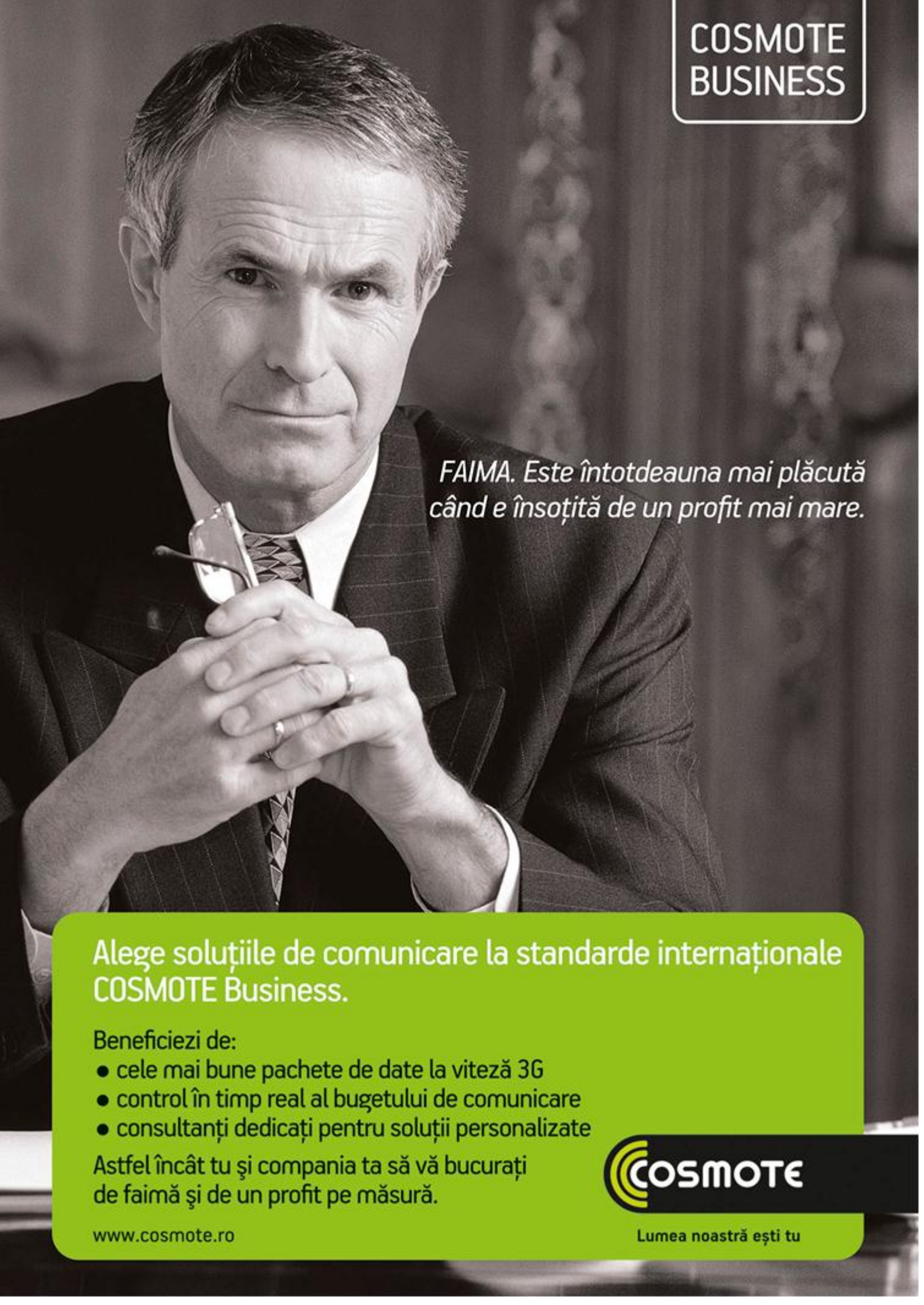
338. În fiecare trimestru vi se pun la dispoziție gratuit diverse statistici oficiale atât pentru piața europeană cât și pentru cea americană. Acestea dau indicații cu privire la performanța relativă a economiilor și prin urmare despre zonele în care este posibilă dezvoltarea de piață. Aceste statistici sunt:

- a) „Produsul intern brut”: într-o formă adaptată pentru a regla variațiile sezoniere și trimestriale. Acesta dă indicații despre tendința fundamentală de dezvoltare economică (sau declin) de pe piață și despre schimbările ce apar în această tendință;
- b) „% Rata șomajului”: arată procentul de șomeri de pe piețele din ambele zone și dă indicații despre mișcările de pe piața de muncă. De asemenea, oferă detalii despre disponibilitatea forței de muncă de pe piața europeană. Această statistică apare într-o formă care nu este împărțită pentru fiecare sezon;
- c) „Balanța Comercială Externă”: este o măsură a puterii concurente a economiilor europene și americane;
- d) „% Dobânda anuală de referință a Băncii Centrale în Trimestrul Următor”: indică rata dobânzii anuale stabilită de banca centrală în fiecare zonă la sfârșitul Trimestrului Precedent, care va fi pusă în aplicare în Trimestrul Următor. Rata europeană este baza în funcție de care se calculează toate celelalte dobânzi în procesul de simulare;
- e) „Cursul de schimb”: Stabilit în euro, oferă prețul de schimb al unui dolar în euro. Acesta este cursul care se va folosi pe tot parcursul Trimestrului Următor și care a fost utilizat pentru evaluarea materiei prime la sfârșitul Trimestrului Precedent. Cursul se precizează ca euro pentru dolar;
- f) „% Accesul populației la calculatoare”: procentul din populație ce are acces la un PC;
- g) Informațiile economice despre alte piețe din afara Europei și Americii de Nord sunt variabile. Pentru a oferi unele idei despre modul de funcționare a economiei, estimări ale statisticilor economice corespunzătoare se furnizează pentru „Restul lumii dezvoltate”. Poate fi periculos să vă bazați pe aceste informații.

339. „Prețuri materii prime”: (US\$ pentru 1000): Prețurile cotate pentru 1000 de unități de materie primă (dacă sunt comandate în Trimestrul Următor) pentru a fi livrate în cursul Trimestrului Următor (cu prețul la vedere) și pentru a fi livrate în Trimestrul Ulterior celui Următor (cu prețul la 3 luni) sau pentru a fi livrate în trimestrul ce urmează acestuia (cu prețul la 6 luni).

340. Acestea sunt singurele articole din Raport ale căror prețuri sunt fixate în dolari. Un procent din cel mai mic preț dintre cele la vedere, la 3 luni și la 6 luni, a fost folosit pentru a evalua materia primă la sfârșitul Trimestrului Precedent (TP - Tabelul 21).

341. „Raport Economic”: În final, s-ar putea să primiți fragmente despre informațiile economice curente, extrase din presa financiară, care s-ar putea să vă ajute să previzionați tendințele economice și să preveniți apariția problemelor comerciale pe viitor.



COSMOTE
BUSINESS

*FAIMA. Este întotdeauna mai plăcută
când e însoțită de un profit mai mare.*

Alege soluțiile de comunicare la standarde internaționale
COSMOTE Business.

Beneficiezi de:

- cele mai bune pachete de date la viteză 3G
- control în timp real al bugetului de comunicare
- consultanți dedicați pentru soluții personalizate

Astfel încât tu și compania ta să vă bucurați
de faimă și de un profit pe măsură.

www.cosmote.ro



Lumea noastră ești tu

Profiles InternationalTM

imagine great people



Mai mult de 45.000 de companii și organizații din peste 122 de țări confirmă statutul de lider al **Profiles International** în domeniul evaluării și dezvoltării de personal, datorită beneficiilor oferite privind: Informația, Tehnologia, Cercetarea, Calitatea și Serviciul Clienți.

Profiles International dezvoltă evaluări de personal și soluții de managementul talentelor pentru a crește performanța angajaților și a managerilor acestora precum și pentru creșterea productivității forței de muncă.

Noi ajutăm clienții să câștige un important avantaj competitiv datorită înțelegerii firii umane până în cele mai adânci zone. Aceasta presupune înțelegerea modului cum gândesc oamenii, a tendințelor naturale, a comportamentelor și preferințelor, a atitudinilor cheie specifice la locul de muncă. Acest lucru ajută companiile să selecteze persoana corectă, să o așeze la locul potrivit și să o ajute să lucreze la potențialul maxim.

Începând cu anul înființării noastre 1991, am realizat peste 45.000.000 de evaluări în peste 40.000 de organizații din 122 de țări. Facem acest lucru împreună cu cei peste 200 de angajați ai noștri și a peste 1000 de parteneri din întreaga lume, cu formare în domenii precum psihologie organizațională, managementul resurselor umane, training corporatist, educație și tehnologia informației.

Partea a IV a

TABELUL DE DECIZII

Tabelul de Decizii reprezintă formularul prin care deciziile care se iau în cadrul companiei dvs. în fiecare trimestru, sunt introduse în Simulator. Odată ce decizia pe care ați luat-o este procesată de Simulator, nu mai poate fi schimbată. Există câteva aspecte de bază care trebuie specificate.

- a) Atunci când doriți ca deciziile să aibă valori negative, trebuie să puneți în față semnul minus. Dacă acest semn nu apare, valoarea introdusă va fi pozitivă.
- b) Dacă doriți să nu luați nicio decizie, introduceți un zero.
- c) Dacă introduceți un număr ce nu poate fi acceptat în condițiile actuale ale procesului de simulare, de ex. încercați să vindeți două utilaje în situația în care nu dețineți decât unul, Simulatorul va înlocui decizia greșită cu cea mai apropiată valoare acceptabilă. De asemenea unele decizii pe care încercați să le puneți în aplicare ar putea eșua, de exemplu s-ar putea să încercați să recrutați cinci muncitori și să nu selectați decât trei. Erorile sau diferențele de acest tip vor fi indicate prin steluță (*) lângă valoarea respectivă.
- d) Tabelul de VALORI al Deciziilor (TVD) vă pune la dispoziție unitățile, limitele superioare și inferioare care pot fi introduse pentru fiecare item din Tabelul de Decizii și valorile implicite. Responsabilitatea introducerii datelor cu exactitate vă aparține. O decizie este nevalidă dacă se află în afara limitelor pe care le impune simularea. Se notează un diez (#) pentru a indica că o decizie nevalidă a fost înlocuită de valoarea implicită.
- e) După Tabelul de Decizii, este prezentat Tabelul de Valori al Deciziilor (TVD).
- f) Înainte de începerea competiției, veți fi repartizați într-o grupă de echipe în cadrul căruia veți concura, și vi se va atribui un număr de grupă, un număr de companie și un cod de identificare. Aceste numere trebuie să apară pe toate deciziile dvs., astfel încât Simulatorul să știe ale cui sunt deciziile operate. Când introduceți aceste informații, folosiți Anul și Trimestrul pentru simulare, nu pe cele reale și amintiți-vă că trimestrul „1” urmează după trimestrul „4”.

TABEL DE DECIZII (EXEMPLU)

Grupa 1	Compania 1	Nr. Identificare 101	Anul 2007	Trimestrul 1
Unitati produse fabricate si livrate catre:		Produs 1	Produs 2	Produs 3
UE				
NAFTA				
INTERNET				
Preturi (EURO):		Produs 1	Produs 2	Produs 3
UE				
NAFTA				
INTERNET				
Publicitate (EURO'000)	Imagine companie	Repartizata pe Produse		
		Produs 1	Produs 2	Produs 3
UE				
NAFTA				
INTERNET				
		Produs 1	Produs 2	Produs 3
Timp de asamblare (Minute)				
		Produs 1	Produs 2	Produs 3
Inceperea unui proces major de imbunatatire a produselor si/sau stocuri de produse vandute la preturi promotionale (DA=1 ; NU=0)				
		Produs 1	Produs 2	Produs 3
Cercetare si Dezvoltare (EURO'000)				
		la vedere	la 3 luni	la 6 luni
Materii prime Unitati de comandat (*000)				
Agenti si Distribuitori	Nr. total Trim. Urmator	Compensari (EURO'000)		Comision (%)
Agenti UE				%
Distribuitori NAFTA				%
Agent INTERNET				%
Utilaje de achizitionat		Nr. de portale/servele disponibile		
Utilaje de vandut		Dezvoltare Web-site (EURO'000)		
Ore intretinere Utilaje				
Salariu pe ora - muncitori calificati (EURO)				
Nr. schimburi (1-3)				
Muncitori calificati:	Angajari (+) Concedieri (-)		+	
	Instruiti			
Investitii (+/- EURO)		+		
Credite suplimentare (EURO'000)				
Buget Management (EURO'000)				
Dividende				
Informatii solicitate:	despre companiile concurente (DA=1;NU=0)			
	despre cotele de piata (DA=1;NU=0)			
Tip polita asigurare (0-4)				
Persoana contact in ziua operarii			Nr. telefon	

Tabelul de VALORI al Deciziilor – TVD

		Unități	Minim	Maxim	Valoare implicită
A 1	Date Identificare (Grupa, Companie și Identitate)				
A 2	Anul și Trimestrul. Anul trebuie să conțină 4 cifre				
B 1	Nr. unități produs de fabricat și trimis către UE	Cantitate	-995	9999	Ca înainte
B 2	Nr. unități produs de fabricat și trimis către NAFTA	Cantitate	0	9999	Ca înainte
B 3	Nr. unități produs de fabricat și trimis către Internet	Cantitate	-995	9999	Ca înainte
C 1-3	Prețuri Produse	Euro	0	999	Ca înainte
	<i>Dacă Prețul este zero, atunci nu veți primi nicio comandă</i>				
D 1-3	Publicitate produse în toate zonele, plus publicitate imagine companie	E'000	0	99	Ca înainte
E 1	Timp de asamblare Produs 1	Minute	100	999	Ca înainte
E 2	Timp de asamblare Produs 2	Minute	150	999	Ca înainte
E 3	Timp de asamblare Produs 3	Minute	300	999	Ca înainte
F	Începerea unui proces Major de îmbunătățire a produselor și/sau stocuri de produse vândute la prețuri promoționale; Da=1; NU=0		0	1	zero
G	Cheltuieli Cercetare & Dezvoltare	E'000	0	99	Ca înainte
H	Comenzi materii prime pentru Trimestrul Ulterior celui Următor și pentru trimestrele viitoare	Cantitate '000	0	99	zero
J 1	Decizii Agenți UE				
	a) Numărul total dorit pentru Trimestrul Ulterior celui Următor	Cantitate	0	99	Ca înainte
	b) Plăți compensatorii trimestriale (0 minim dacă nu există agenți)	E'000	5	99	Ca înainte
	c) % Comision	Procent	0	99,9	Ca înainte
J 2	Distribuitori NAFTA – la fel ca Agenții UE				
J 3	Dacă decideți să operați pe Internet, automat primiți 1 distribuitor				
	a) Plăți compensatorii trimestriale (0 minim dacă nu există agent Internet)	E'000	5	99	Ca înainte
	b) % Comision	Procent	0	99,9	Ca înainte
K 1	Utilaje de achiziționat	Cantitate	0	99	zero
K 2	Număr de Portaluri/Servere operate in Trimestrul Următor. Activarea inițială a unor portaluri indică intenția dvs. de a opera pe Internet	Cantitate	0	99	Ca înainte
L 1	Utilaje de vânzare	Cantitate	0	99	zero
L 2	Cheltuieli dezvoltare Website	E'000	0	999	Ca înainte
M	Ore de mentenanță per Utilaj	Ore	0	99	Ca înainte
N 1	Salariul pe ora de asamblare	E.c.	4	99,99	Ca înainte
N 2	Număr de schimburi		1	3	Ca înainte
P 1	Muncitori calificați Recrutați(+)/Concediați(-)	Cantitate	-9	99	zero

	Muncitori calificați de instruit	Cantitate	0	9	zero
Q 1	Fonduri de investit (+) sau de răscumpărat (-)	E'000	-9995	99999	zero
Q 2	Credite suplimentare la termen de contractat	E'000	0	9999	zero
R 1	Buget Management	E'000	30	999	Ca înainte
R 2	% Dividende de plătit (numai în trimestrul 1 și 3)	Procent	0	99	zero
S 1	Informații comerciale despre activitatea companiilor concurente (Da=1; Nu=0)		0	1	zero
S 2	Informații comerciale despre cota de piață (dată de volumul vânzărilor) a companiilor concurente (Da=1; Nu=0)		0	1	zero
T	Tipul poliței de asigurare		0	4	Ca înainte

Legendă: E'000 - mii de Euro, E.c. - eurocenți, '000 - mii de unități

Maximele și minimele sunt teoretice. În funcție de condițiile simulării, aceste valori pot fi mai restrictive. Ex.: Nu puteți vinde 9 utilaje dacă aveți disponibile numai 8.

Valorile deciziilor, care depășesc valorile practice posibile, vor fi corectate și marcate cu *.

Valorile deciziilor care sunt în afara limitelor permise vor fi înlocuite cu valorile implicite și marcate cu #.

FĂLCUTE

TESTARE
BONUS



Când dramele sunt prea greu de suportat pe ecran mare, încearcă un ecran mai mic.
Pentru că acum ai televiziune și pe mobil:

- Canale TV disponibile 24/24
- Imagine HIGH-QUALITY la viteză 3G



Instalează acum aplicația din Play Store
și App Store!



Lumea noastră ești tu



Global Management Challenge este o competiție de strategie și de management, unică în peisajul socio-economic actual, care are la bază un simulator interactiv de business ce permite învățarea prin experimentare directă a mecanismelor de conducere a unei afaceri. În România a ajuns la a VIII-a ediție, iar în lume deja vorbim despre o istorie intinsă pe parcursul a 33 de ani. Echipe din 42 de țări (și care reprezintă de asemenea companii de prestigiu înscrise în GMC) se luptă, an de an, să cucerească titlul mondial – Germania, Franța, Italia, Mexic, Brazilia, Grecia, Rusia, China sau Statele Unite ar fi doar câteva exemple.

Beneficii participanți

- dezvoltarea abilităților manageriale
- analiza și prelucrarea datelor financiare
- abilitatea de a gândi strategic
- flexibilitatea într-un mediu în permanentă schimbare
- dezvoltarea spiritului antreprenorial
- exercițiu de team-building
- dezvoltarea abilităților de comunicare



TABELUL DE PARAMETRI - TP

TABEL 1	Demografice	
	Suprafață (Km. pătrați)	Populație (Millioane)
Uniunea Europeană (UE)	3 228 000	368
Zona Nord-Americană de Comerț Liber (NAFTA)	21 457 000	278
Restul lumii dezvoltate	44 120 000	2 486

TABEL 2	Costuri Marketing
Informații despre activitatea competitorilor	€ 7 500
Informații despre cotele de piață	€ 5 000

TABEL 3	Costuri Agenți (UE), Distribuitori (NAFTA) & Distribuitor Internet
Plată compensatorie minimă per Agent/Distribuitor per trim.	€ 5 000
Cost de începere a activității pentru un Agent/Distribuitor	€ 7 500
Cost de încheiere a activității pentru un Agent/Distribuitor	€ 5 000

TABEL 4	Costuri Internet
% din valoarea vânzărilor pe Internet ca taxă pentru ISP	3 %
Cost de începere a activității pe internet prin ISP	€ 7 500
Cost trimestrial per Portal/Server Internet operat	€ 1 000
Cost de încheiere a activității pe Internet	€ 5 000

TABEL 5	Parametri de Producție		
	Produs 1	Produs 2	Produs 3
Timp de fabricare a componentelor per unitate produs	60 min.	75 min.	120 min.
Timp minim de asamblare per unitate produs finit	100 min.	150 min.	300 min.
Conținut de materie primă per unitate produs	1 unitate	2 unități	3 unități

TABEL 6	Costuri Întreținere
Cost întreținere per utilaj, per oră	€ 85
Cost per oră de întreținere de urgență(necontractată)	€ 175

TABEL 7	Număr maxim de ore disponibile per Utilaj per Trimestru, în funcție de numărul de schimburi	
Număr Schimburi	Nr. maxim de ore de funcționare pe trimestru per utilaj	Muncitori necalificați necesari pentru fiecare utilaj
1	588	4
2	1 092	8
3	1 638	12

TABEL 8	Valori pentru Rebuturi		
Valoare de rebut per unitate produs	Produs 1	Produs 2	Produs 3
	€ 40	€ 80	€ 120

TABEL 9	Costuri pentru Reparații și Servisare în Garanție		
Cost servisare, per unitate produs	Produs 1	Produs 2	Produs 3
	€ 60	€ 150	€ 250
Reparațiile efectuate ca rezultat al rechemării de către fabrică a produselor sunt taxate la 75% din costul uzual			

TABEL10	Costuri Producție
Cost supervizare per schimb	€ 12 500
Cheltuieli producție per utilaj	€ 3 500
Costuri per oră de exploatare per utilaj	€ 8
Cost planificare producție, per unitate produs	€ 1
Costuri departament Controlul Calității	€ 8 000

TABEL 11	Capacitate Container		
Capacitatea containerului în unități de produse	Produs 1	Produs 2	Produs 3
	500	250	125
(O încărcătură poate conține mai multe tipuri de produse: ex. 1 unitate Prod. 3 = 2 unități Prod. 2 sau 4 unități Prod. 1)			

TABEL 12	Costuri Transport
Închiriere container pe zi, totul inclus	€ 650
Distanța până la portul de expediere către NAFTA	250 Km
Închiriere container traversare Oc. Atlantic, totul inclus	€ 8 000
Distanța până la Agentul de distribuție pe Internet	150 Km
Distanța legală admisă per zi pentru fiecare vehicul	400 Km

TABEL 13	Depozitare și Achiziții
Capacitatea de depozitare disponibilă în fabrică (unități)	2 000
Costuri trimestriale cu depozitul din fabrică și administrarea lui	€ 12 500
Costuri depozitare externă în depozite comerciale per unitate materie primă	€ 2,50
Costuri depozitare per unitate produs la agenții UE și distribuitorul pe Internet	€ 3,50
Costuri depozitare per unitate produs la distribuitorii NAFTA	\$ USD4
Cost suplimentar pentru achiziția de materiale neplanificate	10 % peste Prețul la vedere

TABEL 14	Metoda de calcul a Dobânzii medii trimestriale
$0.5 \times (\text{valoare inițială} + \text{valoare finală})$	

TABEL 15	Costuri Departament Resurse Umane		
	Recrutare	Concediere	Training
Muncitori calificați	€ 2 000	€ 5 000	€ 8 500
Muncitori necalificați	€ 1 000	€ 2 000	---

TABEL 16	Număr maxim de ore trimestriale per muncitor și sporuri suplimentare			
Număr Schimburi	Ore per muncitor plătite cu salariul de bază	Ore per muncitor cu spor de sâmbătă (Salariul de bază + 50%)	Ore per muncitor cu spor de duminică (Salariul de bază + 100%)	Spor de schimb pt. necalificați
1	420	+ 84	+ 84	0
2	420	+ 42	+ 84	1/3
3	420	+ 42	+ 84	2/3

TABEL 17	Salarii și timp de lucru minime
Muncitori necalificați: Numărul minim de ore plătite pe trimestru	350
Muncitori calificați: Ore de grevă pe săptămână	49
Muncitori calificați: Numărul minim de ore pe trimestru	0
Muncitori calificați: Salariul minim pe oră	€ 4
Bugetul minim de management pe trimestru	€ 30 000
Salariul de bază al unui muncitor necalificat raportat la salariul de bază al unui calificat	65 %

TABEL 18	Costuri Utilaje
Costul total per utilaj	€ 350 000
Plătit în momentul comenzii	€ 175 000
Plătit la instalare	€ 175 000
Rată trimestrială de depreciere a valorii utilajului	2,50%
Taxă de retragere	€ 70.000

TABEL 19	Metoda de calcul a limitei pentru Linia de Credit
PLUS 50% din valoarea (Proprietăți + Stocuri Materii Prime + Stocuri Produse)	
PLUS 90% din Total Creanțe	
MINUS 100% din Taxe de plătit	
MINUS 100% din Datorii Furnizori	
Notă: Toate aceste valori sunt preluate din Raportul Trimestrul Precedent	
Solvabilitate	
MINUS 50% din (Cursul Acțiunii la sfârșitul Trimestrul Precedent x numărul de acțiuni)	
MINUS 100% din (Creditele la termen în desfășurare + Limita Liniei de Credit calculată mai sus)	
Solvabilitatea pentru achiziționarea de utilaje	
Solvabilitate + Numerar + Investiții - Împrumuturi negarantate (preluate din Raportul Trimestrului Precedent)	
MINUS 50% din valoarea fiecărui utilaj ce trebuie instalat Trimestrul Următor	
Notă: Dacă vreuna din limitele definite în TABELUL 19 rezultă negativă, limita va fi stabilită la 0	

TABEL 20	Parametri Financieri
Impozit anual (stabilit în ultimul trimestru al anului și plătit în al doilea)	30 %
Cheltuieli administrative fixe pe trimestru	€ 30 000
Cheltuieli diverse variabile pe trimestru	0,3 %
Cost Control Credite per unitate produs vândută în UE și NAFTA	€ 1,0
Taxă gestionare plăți cu carduri de credit pentru vânzările pe Internet	€ 1,0
Dobânzi pentru:	
Investiții	Dobândă anuală UE anunțată Trimestrul Precedent
Linie de credit	Dobândă anuală UE anunțată Trimestrul Precedent plus 4%
Credite fără garanții	Dobândă anuală UE anunțată Trimestrul Precedent plus 10%
Credite la termen	Dobândă anuală fixă de 12%

TABEL 21	Valoarea Stocurilor de produse & Stocurilor de materii prime
STOCURI PRODUSE	
110% din costul total al tuturor produselor, fiecare produs calculându-se astfel: Valoarea conținutului de materie primă la prețul cotate Trimestrul Precedent pt. livrarea la 6 luni Salariul de bază al muncitorilor calificați înmulțit cu timpul de asamblare per unitate produs (Timp fabricare componente produs x 4) x (65% din salariul de bază al muncitorilor calificați) x (% de spor de schimb)	
STOCURI MATERII PRIME	
90% din cel mai mic preț dintre cele la vedere, la 3 luni și la 6 luni cotate Trimestrul Precedent X nr. unităților din stoc sau ce urmează a fi livrate.	
Notă: Dacă vreun stoc de produse provine din trimestrul anterior celui precedent, atunci el va fi estimat la o valoare medie a stocului inițial plus noile livrări.	

TABEL 22	Opțiuni Asigurări	
Tipul poliței de asigurare	ASIGURARE EXCEDENTĂ	PRIMĂ DE ASIGURARE
0	100 %	fără asigurare
1	0,10 %	0,60 %
2	0,20 %	0,35 %
3	0,30 %	0,20 %
4	0,40 %	0,10 %
Notă: Valoarea asigurată este calculată astfel: procentul stabilit din valoarea (Proprietăți + Utlaje + Stocuri materii prime + Stocuri produse) preluată din Raportul Trimestrului Precedent		

TABEL 23	Termene de plată pentru Total Creanțe
Internet	0 zile (card credit)
Agenți UE	60 zile
Distribuitori NAFTA	90 zile



Replay



Like



Share



viral

după



după

viral

Nu ai voie să
pierzi niciunul
oriunde ai fi.



după

viral

după



CU **CONNECT 3G** POȚI SĂ STAI PE
NET CÂT VREI, PE LAPTOP SAU TABLETĂ.

- **Super** viteză 3G
- Trafic de date **inclus**



cosmote

Lumea noastră ești tu

Detalii pe www.cosmote.ro/Connect3G

1:53 / 2:53



Construiești-ti Cariera alaturi de Noi



Locuri de munca

Cursuri Calificare
Perfectionare

Training-uri
Dezvoltare Personală

Consiliere

Dima Consulting Group este o firmă specializată în activități de: selecție și recrutare personal, evaluare și intervenție organizațională, traininguri, cursuri de calificare și specializare, elaborare și implementare sisteme de management al performanțelor, evaluarea angajaților.

Apărută pe piață în 1996, **Dima Consulting Group** a crescut de la an la an, astfel încât, în prezent este lider regional în domeniul Consultanței în Resurse Umane.



Dima
Consulting
Group

®

TABEL 24	Planificarea plăților către Datorii Furnizori	
COSTURI EXTERNE (costurile interne și de producție sunt omise)	Dacă bunurile sau serviciile sunt livrate Trimestrul Următor acestea vor fi plătite astfel:	
	Trimestrul Următor	Trimestrul Ulterior celui Următor
Publicitate		100%
Service în garanție		100%
Furnizor servicii Internet (ISP)	100%	
Plăți către Agenți și Distribuitori	100%	
Costuri Transport		100%
Costuri Depozitare		100%
Costuri Personal	100%	
Cercetare & Dezvoltare	100%	
Întreținere		100%
Informații economice		100%
Dezvoltare Website		100%
Alte cheltuieli	100%	
Materii prime (1)	50%	50%
Utilaje (2)	50%	50%
Dobânzi	100%	
Asigurări	100%	
Notă 1: Toate materiile prime comandate Trimestrul Următor, (indiferent de data livrării) vor fi plătite 50% Trimestrul Următor și 50% în Trimestrul Ulterior celui Următor. Plata a doua nu va fi afectată de modificările cursului valutar apărute între timp. Notă 2: Utilajele vor fi comandate Trimestrul Următor cu un avans de 50%; și vor fi instalate în Trimestrul Ulterior celui Următor când se va face și a doua plată de 50% .		

TABEL 25	Capacitatea Website-ului					
Volumul de accesări ale website-ului dvs. va varia considerabil de la oră la oră în cursul unei zile. Dacă nu sunteți capabili să furnizați servicii rapide și eficiente vizitatorilor în momentele de vârf, imaginea dvs. de marketing se va degrada simțitor.						
Este dificil să evaluați capacitatea website-ului dvs., care depinde de numărul portalurilor/serverelor conectate la ISP-ul dvs.						
Tabelul următor vă oferă un ghid privind corespondența dintre numărul portalurilor/serverelor operate și calitatea serviciilor.						
Numărul de Portaluri/Servere operate simultan	1	2	5	10	20	50
Capacitate teoretică maximă						
Numărul de accesări pe oră	12	24	60	120	240	600
Capacitate reală de lucru						
Numărul de accesări pe oră	2	7	31	81	190	537

Partea a V a

REGULAMENT GLOBAL MANAGEMENT CHALLENGE 2012

I. Cerințe obligatorii

- 1.** În cadrul Global Management Challenge există un Juriu căruia îi revine responsabilitatea de a lua decizii finale ce sunt independente și irevocabile în privința tuturor aspectelor importante, incertitudinilor și disputelor legate de proceduri, sistemul de clasificare și oferire a premiilor la sfârșitul Competiției.
- 2.** Competiția Internațională Global Management Challenge se va desfășura conform programului ce va fi publicat. Organizatorii acestui eveniment își rezervă dreptul de a modifica datele anunțate pentru Rundele Decizionale în cazul unor circumstanțe neprevăzute, cum ar fi de exemplu întreruperea ISP-ului (Furnizorului de Servicii Internet) care găzduiește website-ul Organizatorului Evenimentului. Liderii echipelor vor fi informați cu privire la toate schimbările ce intervin în program prin intermediul mesajelor electronice expediate pe toate adresele comunicate la înscrierea în competiție.
- 3.** La finalul fiecărei runde a Global Management Challenge, Juriul va declara câștigătoare echipa din cadrul fiecărui grup ce obține cel mai mare preț pentru acțiunile companiei sale și apoi se va trece la următoarea etapă.
- 4.** Dacă în cadrul aceleiași grupe există mai multe echipe care obțin cel mai mare preț pe acțiune, se va clasa pe primul loc compania care a reușit să înregistreze după ultima Decizie a Rundei curente cea mai mare valoare pozitivă pentru Situația Netă (active totale – datorii totale) (analizați și regula 6).
- 5.** Orice echipă care nu acceptă rezultatele finale ale fiecărei runde, poate transmite Organizatorilor în maxim 48 de ore de la publicarea „Raportului Trimestrial de Management” pe site-ul www.sdg.pt o contestație scrisă adresată Juriului.
- 6.** Titlul de Câștigător al Fazei naționale a Global Management Challenge va fi acordat echipei ce obține cel mai mare preț pe acțiunile companiei sale după ultima Decizie a Finalei Naționale (analizați și regula 4).
- 7.** Fiecare echipă înscrisă în Global Management Challenge trebuie să conțină un minim de trei și un maxim de cinci membri. În privința echipelor compuse integral din studenți, Organizatorii Evenimentului își rezervă dreptul de a include în ele până la doi membri indicați de către entitatea care a susținut financiar înscrierea echipelor respective.
- 8.** Modul în care se constituie fiecare echipă este unul personal și unic, fiind interzisă formarea unor echipe ce includ membri înscriși simultan în mai multe echipe din Competiție.
- 9.** Dispozițiile prevăzute în paragraful anterior se aplică în cazul tuturor echipelor și pe parcursul tuturor Etapelor / Rundelor Competiției.
- 10.** Indiferent de faza Competiției, o încălcare a dispozițiilor din Paragraful 8 are ca rezultat descalificarea imediată și automată a tuturor echipelor care au o compoziție ce nu respectă termenii stabiliți.
- 11.** Orice schimbare a membrilor echipei trebuie comunicată în scris Organizatorilor Evenimentului înainte de a treia Decizie a Primei Runde, fără a prejudicia măsurile menționate în Paragraful 10.
- 12.** Dacă se retrag una sau mai multe echipe ce s-au calificat pentru a Doua Rundă a Finalei Naționale, ele vor fi înlocuite cu echipele următoare din grupă ce au obținut cele mai bune punctaje .
- 13.** Fiecare echipă trebuie să își completeze Deciziile și să le trimită (via internet) pe website-ul www.sdg.pt în conformitate cu Programul Competiției. Dacă nu realizează acest lucru (pentru că se întrerupe

conexiunea la internet sau din alte motive ce nu țin de Organizatorii Evenimentului), valorile implicite, așa cum este descris și în Manual, vor fi automat înregistrate ca decizii ale echipei. Echipele care nu trimit cel puțin trei din cele cinci decizii ale fiecărei Runde a Global Management Challenge, sunt automat descalificate din Competiție. Echipele care participă la Finala Națională și nu introduc toate cele cinci decizii sunt descalificate.

14. Fiecare echipă este responsabilă pentru verificarea propriilor decizii, pe măsură ce ele sunt completate în Raportul de Management și trebuie să se asigure că ele sunt corect scrise și trimise. Posibilele erori ce se produc în cazul Deciziilor din cauza transmisiei sau recepției datelor (de exemplu, compromiterea fișierelor) pot fi corectate numai dacă le semnaleți Organizatorilor Evenimentului în maxim 24 de ore după publicarea Raportului de Management pe website-ul www.sdg.pt.

15. Nu se pot înscrie în Global Management Challenge persoanele care nu sunt rezidente în România sau care au statutul de foști sau actuali angajați ai Dima Consulting Group și ai Profiles International.

16. În momentul înscrierii în această Competiție, fiecare membru al echipelor trebuie să declare că a luat la cunoștință conținutul acestor Reguli și al Manualului corespunzător, consimțind faptul că toate deciziile legate de interpretarea și aplicarea acestor Reguli țin exclusiv de competența Juriului. Fiecare participant cunoaște și acceptă în mod explicit faptul că deciziile Juriului sunt finale și irevocabile și în consecință, ele nu pot fi contestate sau combătute.

17. Orice reclamație sau solicitare de informații suplimentare în legătură cu aceste reguli trebuie adresată Organizatorilor Evenimentului Global Management Challenge, la următoarele date de contact: Mihaela Boca: mihaela.boca@gmcromania.ro; contact@gmcromania.ro, tel.: (0040) 720 110802; fax: (0040) 372 686026.

II. Regulament Desfășurare Competiție 2012

- ❖ Fiecare ediție anuală a Global Management Challenge destinată companiilor se desfășoară în 4 etape:

- Prima etapă - avansează maxim 64 de echipe
- A doua etapă - avansează 8 echipe
- Finala Națională - se decide reprezentanta României
- Finala Internațională

Procesul decizional este repetat de 5 ori pe parcursul fiecărei etape competiționale, simulând 5 trimestre ale activității companiei, presupunând un set de 66 de decizii pentru fiecare echipă în parte. La sfârșitul primei etape, primele 4 echipe care reușesc să obțină cea mai ridicată valoare per acțiune pentru compania pe care o conduc din cadrul grupei din care fac parte, se califică în cea de-a doua etapă. Cea mai bună echipă a fiecărei grupe din etapa a doua se va califica în finala națională, care va hotărî câștigătorul național al competiției Global Management Challenge, fiind echipa managerială care a înregistrat cea mai ridicată performanță pentru compania din care face parte: cea mai ridicată valoare per acțiune.

- ❖ Începând cu acest an 2012 fiecare ediție anuală a Global Management Challenge destinată studenților se desfășoară în 4 etape:

- Prima etapă - avansează maxim 8 echipe
- A doua etapă, finala națională a studenților - se decide echipa care va concura în finala națională destinată companiilor
- Finala Națională - se decide reprezentanta României
- Finala Internațională

Procesul decizional este repetat de 5 ori pe parcursul fiecărei etape competiționale, simulând 5 trimestre ale activității companiei, presupunând un set de 66 de decizii pentru fiecare echipă în parte. La sfârșitul primei etape, primele echipe care reușesc să obțină cea mai ridicată valoare per acțiune pentru compania pe care o conduc din cadrul grupei din care fac parte, se califică în cea de-a doua etapă. Cea mai bună echipă din

etapa a doua se va califica în finala națională destinată companiilor, care va hotărî câștigătorul național al competiției Global Management Challenge, fiind echipa managerială care a înregistrat cea mai ridicată performanță pentru compania din care face parte: cea mai ridicată valoare per acțiune.

Documentația utilizată este:

- **Manualul Competiției** - Explică organizația și funcțiile companiei, detaliază parametri numerici în care trebuie să se încadreze deciziile manageriale
- **Istoricul Companiei** - Detaliază performanțele economice și operaționale din 5 trimestre anterioare
- **Tabelul de Decizii** - Încarcă deciziile de management în simulator
- **Raportul de Management** - Generat de simulator, după analiza și compararea deciziilor luate de echipe, arată în detaliu rezultatele obținute în termeni operaționali și financiari

Utilizând un nume de utilizator și o parolă în website-ul oficial al competiției, echipele își încarcă deciziile manageriale și își descarcă documentația necesară.

Datele exacte pot fi consultate în **Agenda** Competiției.

Profiles International TM

imagine great people



Mai mult de 45.000 de companii și organizații din peste 122 de țări confirmă statutul de lider al **Profiles International** în domeniul evaluării și dezvoltării de personal, datorită beneficiilor oferite privind: Informația, Tehnologia, Cercetarea, Calitatea și Serviciul Clienți.

Profiles International dezvoltă evaluări de personal și soluții de managementul talentelor pentru a crește performanța angajaților și a managerilor acestora precum și pentru creșterea productivității forței de muncă.

Noi ajutăm clienții să câștige un important avantaj competitiv datorită înțelegerii firii umane până în cele mai adânci zone. Aceasta presupune înțelegerea modului cum gândesc oamenii, a tendințelor naturale, a comportamentelor și preferințelor, a atitudinilor cheie specifice la locul de muncă. Acest lucru ajuta companiile să selecteze persoana corectă, să o așeze la locul potrivit și să o ajute să lucreze la potențialul maxim.

Începând cu anul înființării noastre 1991, am realizat peste 45.000.000 de evaluări în peste 40.000 de organizații din 122 de țări. Facem acest lucru împreună cu cei peste 200 de angajați ai noștri și a peste 1000 de parteneri din întreaga lume, cu formare în domenii precum psihologie organizațională, managementul resurselor umane, training corporatist, educație și tehnologia informației.



COSMOTE
BUSINESS

*FAIMA. Este întotdeauna mai plăcută
când e însoțită de un profit mai mare.*

Alege soluțiile de comunicare la standarde internaționale
COSMOTE Business.

Beneficiezi de:

- cele mai bune pachete de date la viteză 3G
- control în timp real al bugetului de comunicare
- consultanți dedicați pentru soluții personalizate

Astfel încât tu și compania ta să vă bucurați
de faimă și de un profit pe măsură.

www.cosmote.ro



Lumea noastră ești tu