Инженерно-экономический факультет

Кафедра «Менеджмента№

**Отчет по преддипломной практике**

**Содержание**

Введение

1. Характеристика предприятия

2. Внешняя среда предприятия

3. SWOT – анализ предприятия ООО «Альфа-Мебель»

4. Экономический и трудовой потенциал предприятия

5. Анализ структуры и состава основных производственных фондов

6. Рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия

Заключение

**Введение**

Практическое изучение основ производственного менеджмента необходимо для качественной подготовки специалистов в области управления, поэтому производственная практика на предприятии является неотъемлемой частью учебного процесса. В ходе практики студентом проводится изучение всех аспектов деятельности организации и создается полный отчет о предприятии, на котором проводится практика.

Преддипломная практика является одной из форм учебного процесса в высших учебных заведениях. Она формирует у студента фактическое представление о работе по специальности, обучает студента применять научные знания об управлении для решения практических задач.

В период преддипломной практики осуществляется непосредственная связь теоретической подготовки и профессиональной деятельности, в основном путем самостоятельного решения реальных производственных задач, приобретаются навыки руководящей управленческой и организационной работы.

Главной целью данной практики является изучение методов и форм управления производством, рассмотрение всех уровней управления на предприятии, изучение структуры, технологического процесса, основных технико-экономических показателей, проведение анализа основной отчетной финансовой документации предприятия.

Производственная экономическая практика и практика менеджмента призвана максимально подготовить будущих специалистов к практической работе, повысить уровень профессиональной подготовки, обеспечить приобретение навыков работы в различных трудовых коллективах.

Основными задачами практики являются: изучение и практическое применение современных технологий сбора, накопления и обработки информации по менеджменту на предприятиях, а так же изучение всех уровней управления на предприятии, его производственной деятельности, основных технико-экономических показателей с целью того, чтобы в дальнейшем применить эти знания и умения в последующих практиках и на работе по специальности.

Главным объектом исследования в данной практике является изучение технико-экономических показателей деятельности предприятия. А предметом исследования является рассмотрение всех этих показателей по отдельности, сопоставление данных показателей с предшествующими годами.

Преддипломная практика была пройдена на мебельном предприятии ООО «Альфа-Мебель».

При прохождении преддипломной практики ставились следующие задачи:

- изучить в целом объект практики как организацию;

- сделать анализ ассортиментной политики предприятия;

- определить содержание закупочной деятельности на предприятии;

- провести оценку рынка мебельных товаров г. Красноярска;

- изучить организацию коммерческой работы;

- написать отчет о практике.

Цель практики – определить на данном предприятии сущность организации коммерческой деятельности на предприятии.

**1. Характеристика предприятия**

Общество с ограниченной ответственностью «Альфа-Мебель» - Красноярская динамично развивающаяся компания, которая работает на мебельном рынке с 2008 года. Предприятие находится по адресу город Красноярск, улица Калинина, д 55, корпус 4. Директором компании является Тюшняков Олег Викторович.

Компания производит широкий ассортимент корпусной мебели для дома (прихожие, кухни, гостиные, спальни, мебель для детей и подростков, модульные системы, компьютерные столы, ТВ-тумбы, шкафы-купе), [а так же мебель для офисов и предприятий торговли](http://www.rusprofile.ru/codes/361200).

Основной целью Мебельной Фабрики ООО «Альфа-Мебель» является извлечение прибыли и распределение между собственниками. Основная задача компании – это поиск новых клиентов, создание круга заказчиков и работа с постоянными партнерами.

Миссия фабрики – индивидуальный подход к каждому клиенту и высокое качество мебельной продукции.

ООО «Альфа мебель» имеет 4 точки продаж в городе Красноярске (мебельный торговый центр «Континент», мебельный центр "Семь слонов", мебельный центр ''Громада'', торговый центр «Республика»), а так же поставляет свою продукцию в города: Зеленогорск, Лесосибирск, Ачинск, Томск, Кемерово, Абакан, Новокузнецк.

Характерной чертой производимой компанией мебели является ее качество. Фирмой закуплено совершенное оборудование по обработке древесины, оборудование обслуживает персонал широкого профиля – все это позволит добиться наилучшего результата.

Немаловажным моментом является то, что фирма производит мебель под заказ, а так же по желанию клиента производит доставку мебели по месту назначения.

За прошедший год произошло расширение спектра услуг, предоставляемого фабрикой своим клиентам: помимо сервисной службы, осуществляющей гарантийный ремонт изделий, собственных салонов со специально обученными квалифицированными продавцами, сейчас клиентам при выборе модели мебели, ткани на нее и подходящей расцветки, предоставляется бесплатная помощь дизайнеров, также на фабрике появилась собственная химчистка для чистки мебели.

При производстве используются экологически чистые импортные и российские материалы: ламинированное ДСП, противоударный PVC пластик, различных расцветок и текстур толщиной до 2 мм, полированное стекло толщиной до 4 мм с различными вариантами обработки.

Реализация продукции за наличный и безналичный расчет, через магазины-салоны. Осуществляется контроль за своевременной отгрузкой продукции и расчетами потребителей, контроль за увязкой планов запуска в производство и поставки продукции с производственными службами и цехом предприятия с целью обеспечения сдачи готовой продукции в сроки и по номенклатуре, в соответствии с заключенными договорами. Предприятие осуществляет постоянное совершенствование сбытовой сети и форм доставки продукции, участвует в выставках и проводит мероприятия по ликвидации необоснованных расходов по сбыту продукции.

Параллельно с освоением новых направлений в изготовлении мебели, совершенствовалась и техническая база: оборудование, используемое в производстве, постоянно обновлялось, закупались станки итальянского, немецкого и голландского производства, что гарантировало неизменно высокое качество выпускаемой продукции. Однако, за качеством выпускаемой мебели стоит не только техника, но и люди - в первую очередь профессионализм работников компании.

Предприятие придерживается стратегии лидерства в издержках. Для осуществления конкурентного преимущества по издержкам используются следующие методы: максимальное упрощение технологии производства; проведение реинжиниринга основных производственных процессов; замена использования дорогостоящих материалов на более дешевые; сокращение маркетингового обеспечения; уменьшение транспортных расходов; вертикальная интеграция вперед или назад; сужение ассортимента и номенклатуры, сфокусировав внимание на самых эффективных.

Мебельная фабрика следит за тенденциями на мебельном рынке, учитывает пожелания покупателей и создает ежемесячно около пяти новых моделей. Процесс создания нового продукта с момента задумки его дизайнером до момента выхода в опытное производство составляет около 2 месяцев.

По официальным данным на предприятии работает 54 человека. Управление текущей деятельностью фабрики осуществляет генеральный директор.

Мастер-технолог

Мастер-станочник

Мастер-технолог

Мастер-станочник

Мастер-станочник

Швейный цех

Заготовительный цех

Сборочный отдел

Генеральный директор

Начальник производства корпусной мебели

Главный бухгалтер

Начальник производства мягкой мебели

Бухгалтер

Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Руководители производства мягкой и корпусной мебели осуществляют оперативное управление производством (административное и техническое руководство), контролируют все мероприятия по выполнению плана продукции, принимают участие в разработке и внедрении мер по модернизации производственных процессов с целью контроля и снижения издержек.

Швейный цех – один из самых больших на фабрике. Это не удивительно, так как качественный пошив обивки – один из важнейших этапов в создании мягкой мебели. Цех оборудован современными швейными машинками, а комфортные рабочие места и дружный коллектив - это главные составляющие успешной работы с такими важными показателями как быстрота и качество.

Сборка – наиболее важный этап в изготовлении мебели. На этом этапе изделие, наконец, приобретает завершённый вид благодаря работе сборщиков, которые собирают детали в единое целое. Учитывая высокое качество обивочно-сборочных работ, в качестве результата получается качественная мебель, готовая прослужить долго и в случае ежедневного использования.

Администраторы отделов продаж являются связующим звеном между покупателем и предприятием. Заказ от администратора поступает к мастеру отдела технического контроля, затем к начальнику отдела продаж, затем к начальнику технологического отдела, где начинается изготовление заказа, после этого стоимость заказа рассчитывается в бухгалтерии.

Каждому торговому представителю (в частности, магазину) определяется географическая территория для организации продаж продукции предприятия. Такая структура службы сбыта ООО МФ «Альфа-Мебель» позволяет четко сформулировать обязанности торговых представителей в магазинах, и увеличивает их заинтересованность в установлении деловых связей, которые охватывают определенную территорию.

**2. Внешняя среда предприятия**

Мягкая мебель является наиболее динамичным сегментом рынка: технологии просты, первоначальные капвложения минимальны, сложного и дорогостоящего оборудования не требуется. Поэтому в этой сфере очень много новых Красноярских компаний, и их число продолжает расти, а доля мягкой мебели иностранных производителей сокращаться. Производство мягкой мебели имеет наиболее сильную территориальную привязку, что связано с высокими транспортными издержками по данному виду продукции. Однако развитие рынка не может идти равномерно во всех сегментах. Развитие каждого из этих сегментов (мягкая мебель, офисная мебель, кухни, гостиные и спальни, детская мебель) обладает своей спецификой.

Офисная мебель – не менее благоприятный для российского производителя сегмент мебельного рынка. Красноярские производители на 70-90% доминируют в продажах наиболее дешевой и массовой оперативной мебели, доля которой на рынке офисной мебели доходит до 70%. Остальная часть рынка представлена кабинетами для руководителей и эксклюзивной мебелью. Производство кухонной мебели также активно осваивается Красноярскими компаниями. Наиболее технологически сложным является производство корпусной мебели для гостиных и спален. Высокие затраты на организацию производства и относительно невысокая рентабельность (10-15%) сдерживают продвижение молодых фирм; основной состав был сформирован еще в дореформенный период.

В сегменте детской мебели ситуация сложнее. Детская мебель местного производства представлена на рынке достаточно слабо. Имеющиеся недорогие образцы отечественного и иностранного производства низкого качества. Качественная импортная мебель стоит дорого и не по карману большинству населения.

Любое предприятие находится в деловой (внешней) среде, которая оказывает на него свое воздействие. С другой стороны, само предприятие оказывает воздействие на внешнюю среду. Элементы внешней среды определяют условия функционирования предприятия и организацию существующих бизнес-процессов.

К элементам внешней среды относятся:

поставщики – это группа предпринимателей, отдельные предприятия, обеспечивающие непрерывный производственный процесс путем поставки предприятию сырья, энергии, капитала, трудовых ресурсов, комплектующих изделий как внутри данной страны, так и за ее пределами. При выборе поставщика значение имеют цена и качество материалов, сроки поставок, условия платежей, место расположения поставщика, условия доставки и др.факторы.

Основным лесосырьевым поставщиком мебельной фабрики «Альфа-Мебель» является компания ООО «Сиблес». Компании сотрудничают уже более шести лет.

Поставщики фурнитуры и мебельных тканей:

ООО "Арбен текстиль"

ООО "Мебельные ткани - Сибирь»

ООО «БонЛайф»

ООО «Союз 24»

ООО «Вива».

Очень важно иметь стабильных поставщиков, поэтому все фирмы являются проверенными и отобранными среди других существующих фирм.

В Красноярске возросло количество фирм, предлагающих ДСП и фурнитуру для производства мебели. Поэтому в результате конкуренции большинство поставщиков ООО «Альфа-Мебель» предоставляют рассрочку платежа, что является благоприятным фактором для компании. Доставка материалов осуществляется также за счет поставщиков.

Покупатели – физические и юридические лица, приобретающие продукцию фабрики.

Специфика товара такова, что подавляющее большинство потребителей составляют физические лица. Их доля составляет около 90%. Остальные 10% приходятся на покупателей офисной мебели в лице юридических лиц различных организационно-правовых форм.

Среди потребителей продукции (физических лиц) наибольшую долю составляют покупатели со средним доходом в возрасте от 28 до 40 лет, лояльные к производителю. Конкуренты – это фирмы, производящие аналогичный товар и торгующие им на одном целевом рынке.

Конкурентами ООО «Альфа-Мебель» являются компании «КМК», «Гранд-Мебель», «Фаворит» и др.

Посредники - это магазины, выставочные залы и торговые дома, осуществляющие сбыт готовой продукции предприятия.

Предприятие поставляет свою продукцию в города:

Зеленогорск.

Лесосибирск.

Ачинск.

Томск.

Кемерово.

Абакан.

Новокузнецк.

Точки продаж в городе Красноярске: мебельный торговый центр «Континент», мебельный центр "Семь слонов", мебельный центр ''Грамада'', торговый центр «Республика».

**3. SWOT – анализ предприятия ООО «Альфа-Мебель»**

В стратегическом управлении наиболее часто используется метод анализа среды организации, получивший название SWOT-анализ. Применяя этот метод, удается установить линии связи между силой и слабостью и внешними угрозами и возможностями. Такие связи в дальнейшем используются для разработки стратегии.

В процессе выработки стратегии необходимо учитывать, что возможности и угрозы могут переходить в свои противоположности. Для успешного применения SWOT-анализа окружения организации важно уметь не только вскрыть угрозы и возможности, но и попытаться оценить их с точки зрения того, сколь важным для организации является учет в стратегии своего поведения каждой из выявленных угроз и возможностей.

Для такой оценки чаще всего применяют метод позиционирования на матрицах возможностей и угроз (табл. 1).

Для компании ООО «Альфа-Мебель» после проведенного анализа наиболее значимыми и вероятными оказались возможности расширения доли рынка, расширение ассортимента и разработка нового направления по продаже сопутствующих товаров.

После позиционирования угроз было выявлено, что: к критическому состоянию фирму могут привести либо выход в отрасль большого числа конкурентов и коренное изменение вкусов потребителей; к разрушению компании или ее выходу из отрасли может привести ограничительная политика государственных органов, например, увеличение транспортных тарифов, изменение правил торговли.

Таблица 1 – SWOT-анализ среды ООО «Альфа-Мебель»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ВОЗМОЖНОСТИВыход на новые рынки сбыта;Расширение объема выполняемых работ;Появление новых поставщиков;Совершенствование технологии производства;Разорение и уход основных фирм-конкурентов;Улучшение уровня жизни населения;Изменение моды на корпусную мебель;Развитие экономики и ипотечного кредитования. | УГРОЗЫПриход новых потенциальных конкурентов;Более низкая прибыльность потому, что низкая доля заказов на изготовление корпусной мебели;Изменение покупательских предпочтений;Сбои в поставках сырья;Снижение уровня жизни населения;Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов;Появление большого количества товаров субститутов. |
| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫВысококвалифицированный персонал;Опытные специалисты по работе с эскизами и чертежами;Квалифицированные сотрудники по сборке и установке;Качественное выполнение работы и в кратчайшие сроки;Хорошая репутация у покупателей;Широкий ассортимент изготавливаемой продукции;Высокий уровень сервиса;Индивидуальный подход к каждому заказу;Использование материалов и фурнитуры только высшего качества. | СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ И ВОЗМОЖНОСТИНеобходимо использовать технологический и трудовой потенциал организации для завоевания новых рынков в г. Красноярске и за его пределами.Высокая квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов позволят успеть за ростом рынка.Четкая стратегия предприятия позволит использовать все имеющиеся возможности.Дополнительным фактором роста спроса становится увеличение объемов жилья в стране, что напрямую связано с развитием экономики и ипотечного кредитования; получая новую квартиру, люди в первую очередь покупают именно этот вид мебели. | СИЛЬНЫЕ СТРОНЫ И УГРОЗЫВнедрение новых технологий, привлечение новых заказчиков позволит удержаться на уже освоенном рынке и не допустить прихода конкурентов.Известность защитит от товаров-субститутов и добавит дополнительных преимуществ в конкуренции.Достоверный мониторинг позволит уловить изменения вкусов потребителей |
| СЛАБЫЕ СТОРОНЫНедостатки в рекламной политике;Средний уровень цен;Нет ясных стратегических направленийНебольшой масштаб производства;Недостаточная известность среди населения;Недостаток производственных мощностей;Слабое развитие маркетинга. | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ИВОЗМОЖНОСТИПредприятие ООО «Альфа-Мебель» может устранить свои слабые стороны путём увеличения своей производительности при помощи приобретения нового оборудования, проведения маркетинговых исследований потребностей и финансовых возможностей населения в целях определения сегмента потребителей, желающих приобрести качественную мебель по доступным ценам, а также проведения широкой рекламной кампании в целях обеспечения целевого обращения потребителей именно в компанию ООО «Альфа-Мебель». | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ИУГРОЗЫОт собственников предприятия ООО «Альфа-Мебель» и управляющих им требуется пристальное внимание к качеству и конкурентоспособности продукции предприятия при проведении работы по повышению устойчивости его развития в данном периоде и в будущем.Рост конкуренции может привести к резкому снижению прибыльности и угрозе развития. Для дальнейшего роста компании придется заняться поиском более узких ниш, в которых они имеют конкурентное преимущество, и сконцентрироваться на достижении необходимых компетенций. |

В ходе преддипломной практики на ООО «Альфа-Мебель» были изучены: специфика предприятия, организационная структура, внешнее окружение и организация производства.

Основными задачами для предприятия являются: расширение рынка сбыта, работа с продуктом, разработка адекватной требованиям рынка ценовой политики.

На сегодняшний день Мебельная Фабрика ООО «Альфа-Мебель» имеет твердую позицию на рынке и успешно конкурирует с ведущими мебельными фабриками Красноярска. Перспективы дальнейшего развития безусловно возросли, однако вместе с тем накопилось уже немало и вполне реальных достижений: заслуженных наград, дипломов, а главное - признание клиентов и партнеров.

предприятие финансовый показатель

**4. Экономический и трудовой потенциал предприятия**

Исходным моментом в расчетах показателей прибыли является оборот предприятия по реализации продукции. Выручка от реализации продукции (работ, услуг) характеризует завершение производственного цикла предприятия, возврат авансированных на производство средств предприятия в денежную форму и начало нового витка в обороте всех средств. Изменения в объеме реализации продукции оказывают наиболее чувствительное влияние на финансовые результаты деятельности предприятия, поэтому финансовый отдел должен организовать ежедневный оперативный контроль за процессом отгрузки и реализации продукции

Таблица 2 - Объем продаж по видам продукции за 2010 – 2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | Реализовано в 2010 г, млн. руб. | Реализовано в 2011 г. млн. руб. | Реализовано в 2012 г, млн. руб. | Изменение 2011 к 2010гг. | Изменение 2012 к 2011гг. |
|  | млн. руб. | % | млн. руб. | % | Млн. руб. | % | Млн. руб. | % | Млн. руб. | % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Мебель для комнат | 45 000 | 54,22 | 43 000 | 50,59 | 47 000 | 48,45 | 2000 | -5,77 | 4000,0 | 109,3 |
| Кухонная мебель | 21 000 | 25,30 | 28 000 | 32,94 | 32 000 | 32,99 | 11000 | 7,69 | 4000,0 | 114,3 |
| Прочие | 17 000 | 20,48 | 14 000 | 16,47 | 18 000 | 18,56 | 1000 | -1,92 | 4000,0 | 128,6 |
| Итого: | 83 000 | 100 | 85 000 |  | 97 000 | 100 | 14000 | --- | 12000,0 | 114,2 |

Очевидно, что общий объем продаж в денежном выражении в 2010 году составлял 83000 млн. рублей, в 2011 году – 85000млн. рублей, 2012 году – 97000 млн. рублей. То есть объем выпуска продукции увеличился. Рост объема выпуска продукции вызван расширением рынков сбыта продукции и заключением договоров с новыми покупателями. Увеличение объема выпуска сказалось и на структуре выпускаемой продукции. Наибольший удельный вес в 2010 году в общем объеме производства занимала мебель для комнат (54,2 %), в 2011, 2012 годах удельный вес уменьшился и на 2012 год составлял 48,9 %. В то же время увеличился удельный вес кухонной мебели в общем объеме продукции. Если в 2010 году он составлял 25,3 %, то в 2012 году – 32,9 %.

Исходным моментом в расчетах показателей прибыли является оборот предприятия по реализации продукции. Выручка от реализации продукции (работ, услуг) характеризует завершение производственного цикла предприятия, возврат авансированных на производство средств предприятия в денежную форму и начало нового витка в обороте всех средств. Изменения в объеме реализации продукции оказывают наиболее чувствительное влияние на финансовые результаты деятельности предприятия, поэтому финансовый отдел должен организовать ежедневный оперативный контроль за процессом отгрузки и реализации продукции.

Как видно из таблицы 2 предприятие «Альфа - Мебель» в 2011 году имело балансовую прибыль 646,0 тыс. руб., которая составила 8,2% от выручки. Этот показатель с каждым годом увеличивается, что характеризует деятельность предприятия с положительной стороны. Высок процент себестоимости продукции. Ее доля в структуре выручки от реализации снижается.

Прибыль отчетного года в течение анализируемого периода возрастает. Данные результаты позволяют сделать вывод о повышении прибыльности «Альфа-Мебель».

Наличие положительного финансового результата – основное условие хорошего финансового состояния предприятия. Поэтому важным этапом финансового анализа является оценка уровня различных показателей, связанных с прибылью предприятия.

Рентабельность (удельная прибыль, прибыльность) – важнейший индикатор финансового состояния предприятия. Показатели рентабельности широко используются в финансовом и управленческом анализе.

Для оценки рентабельности рассчитывается два типа показателей:

1) показатели рентабельности предприятия;

2) показатели рентабельности продукции.

Так же широко используются при оценке финансового состояния предприятия коэффициент автономии собственных средств и коэффициент ликвидности (быстрой и текущей):

Коэффициент быстрой ликвидности – характеризует прогнозируемые платежные возможности при условии своевременных расчетов с дебиторами. Рекомендуемое значение данного показателя от 0,5 до 1. Формула для расчета:

Кб.л. = (Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения + Дебиторская задолженность) / Текущие обязательства

Коэффициент текущей ликвидности – характеризует, в какой степени все краткосрочные обязательства обеспечены оборотными активами. Рекомендованное значение составляет от 1 до 2. Формула для расчета:

Кт.л. = Текущие активы / Текущие обязательства.

Все показатели финансового результата предприятия ООО «Альфа-Мебель» представлены в таблице 3 .

Таблица 3 – Финансовые показатели ООО «Альфа-Мебель»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | Отклонения2011 г к 2010 г. | Отклонения2012 г к 2011 г. |
|  | Сумма, тыс. руб. | % к итогу | Сумма, тыс. руб. | % к итогу | Абсол. | Абсол. | Абсол. | В % | Абсол. | В % |
| Выручка от реализации | 1 839,0 | 100,00 | 7 882,0 | 100,00 | 13 400,0 | 13 400,0 | 6043,0 | 428,7 | 5518,0 | 170,0 |
| Себестоимость | 1 724,0 | 93,75 | 7 236,0 | 91,80 | 10 177,0 | 10 177,0 | 5512,0 | 419,8 | 2941,0 | 140,1 |
| Прибыль от реализации | 115,0 | 6,25 | 646,0 | 8,20 | 3 223,0 | 3 223,0 | 531,0 | 561,7 | 2577,0 | 498,8 |
| Прочие операционные доходы | 745,0 | 40,51 | 11,0 | 0,14 | 337,0 | 337,0 | -734,0 | 1,47 | 326,0 | 306,1 |
| Прочие операционные расходы | 153,0 | 8,32 | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прибыль (убыток) от ФХД | 707,0 | 38,44 | 657,0 | 8,34 | 3 560,0 | 3 560,0 | -50,0 | 92,9 | 2903,0 | 541,9 |
| Прочие внереализационные доходы | 15,0 | 0,82 | 14,0 | 0,18 | 24,0 | 24,0 | -1,0 | 93,3 | 10,0 | 171,4 |
| Прочие внереализационные расходы | 256,0 | 13,92 | 351,0 | 4,45 | 172,0 | 172,0 | 95,0 | 137,1 | -179,0 | 49,0 |
| Прибыль отчетного периода | 466,0 | 25,34 | 320,0 | 4,06 | 3 412,0 | 3 412,0 | -146,0 | 68,7 | 3092,0 | 1066,7 |

Проанализируем также состав и структуру персонала ООО «Альфа-Мебель» за 2010-2012 гг.

предприятие финансовый показатель

Таблица 4 - Анализ структуры персонала ООО «Альфа-Мебель» за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2010 год | 2011 год | 2012 год | Изменения2012 г. к 2010 г.(+,-) |
|  | Факт | Доля% | Факт | Доля % | Факт | Доля% | Абс. | Темпы роста,% |
| 1. Среднесписочная численность, чел., в т.ч.: | 19 | 100 | 19 | 100 | 18 | 100 | -1 | 94,7 |
| - основной персонал | 13 | 68,4 | 13 | 68,4 | 12 | 66,6 | -1 | 92,3 |
| - АУП,ПОП | 6 | 31,6 | 6 | 31,6 | 6 | 33,4 | 0 | 100,0 |

Из данных таблицы 4 можно сделать вывод, что по состоянию на 2012 год практически в полной мере обеспечено персоналом, так как среднесписочная численность ниже плана лишь на 1 человека или 5,3%. При этом недостаток кадров наблюдается по основному персоналу предприятия.

По отношению к 2010 году среднесписочная численность работников снизилась на 1 чел. или на 5,3 %.

Таким образом, организационную структуру предприятия «Мебель на заказ» можно охарактеризовать как линейную. Линейная структура является наиболее прямым и непосредствен ным типом отношений распорядительства - подчинения, характе ризуемым полной ответственностью руководителя за резуль таты деятельности его подчиненных и соответственно его наи более широкими прямыми полномочиями по изданию приказов и распоряжений, касающихся как целей и задач, которые ста вятся перед подчиненными, так и их действий, направленных на достижение этих целей и задач.

Таблица 5 - Относительные показатели движения трудовых ресурсов ООО «Альфа-Мебель» за 2010 - 2012 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2010 год | 2011 год | 2012 год | Изменение |
|  |  |  |  | к 2010 г. | к 2011 г. |
| среднесписочная численность персонала | 19 | 19 | 18 | 0,0 | -1,0 |
| коэффициент оборота по приему работников | 0,44 | 0,36 | 0,38 | -0,06 | 0,02 |
| коэффициент оборота по выбытию работников | 0,41 | 0,36 | 0,33 | -0,08 | -0,03 |
| коэффициент текучести кадров | 0,36 | 0,36 | 0,33 | -0,03 | -0,03 |
| коэффициент постоянства кадров | 0,64 | 0,64 | 0,67 | -0,03 | -0,03 |

Таким образом, в целом относительные показатели движения трудовых ресурсов ООО «Альфа-Мебель» имеют довольно высокие значения. Положительным моментом в деятельности предприятия является то, что коэффициент оборота по приему превышает величину коэффициента оборот по выбытию – на 0,03. Коэффициент интенсивности оборота работающих составляет 1,914, то есть на одного среднесуточного работника приходится 1,914 человека (приблизительно 2) оборота.

**5. Анализ структуры и состава основных производственных фондов**

Основные фонды – это материально-вещественные ценности (средства труда), которые многократно участвуют в производственном процессе, не изменяют своей натурально-вещественной формы и переносят свою стоимость на готовую продукцию по частям по мере износа. По функциональному назначению основные фонды предприятия подразделяются на производственные и непроизводственные.

Производственные фонды прямо или косвенно связаны с производством продукции. Непроизводственные фонды служат для удовлетворения культурно-бытовых потребностей работников.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов может быть рассчитана по-разному – в зависимости от характера исходной информации и задач исследования. При наличии данных на начало и на конец года применяется формула простой средней арифметической; наличие моментных данных за каждый месяц требует применения формулы средней хронологической. В данном случае мною были взяты данные на начало и конец годов (2010, 2011, 2012) и рассчитана среднегодовая стоимость основных производственных фондов методом простой средней арифметической (таблица 3). Для того чтобы судить, насколько эффективно используются основные фонды, существует ряд показателей, среди которых важнейшими являются фондоемкость, фондоотдача и фондовооруженность. Эти показатели рассчитываются по следующим формулам: фондоотдача (Фо) показывает, сколько продукции (в стоимостном выражении) выпущено на 1 рубль стоимости основных производственных фондов:



где Q – объем выпущенной продукции;

2) фондоемкость (Фе) показывает, сколько затрачено основных фондов для производства 1 рубля продукции:



3) фондовооруженность (Фв) труда показывает стоимость основных фондов, приходящихся на одного работника:



где Ч – среднесписочная численность работников.

Все показатели рассчитаны в таблице 6.

Таблица 6 – показатели основных производственных фондов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Ед. измерения | 2010 год | 2011 год | 2012 год | Изменение |
|  |  |  |  |  | Абсолютное отклонение (+/–) | Относительное отклонение (%) |
| Среднегодовая стоимость ОПФ | Тыс. руб. | 3043 | 3031 | 3650 | 619 | 20% |
| Годовой выпуск продукции | Тыс. руб. | 6358 | 8439 | 13472 | 5033 | 60% |
| Среднесписочная численность работников | Чел. | 16 | 18 | 21 | 4 | 22% |
| Фондоотдача | Тыс. руб./тыс. руб. | 2,089 | 2,78 | 3,69 | - | - |
| Фондоемкость | Тыс. руб./тыс. руб. | 0,48 | 0,36 | 0,27 | - | - |
| Фондовооруженность | Тыс. руб./ чел | 190,2 | 168,4 | 173,8 | 5,4 | 3,2% |

В 2011 году по сравнению с 2010 наблюдается рост фондоотдачи, который ведет к уменьшению суммы амортизационных отчислений, приходящихся на 1 руб. готовой продукции. Рост фондоотдачи является одним из факторов интенсивного роста объема выпуска продукции.

**6. Рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия**

Предприятие ООО «Альфа-Мебель» может устранить свои слабые стороны путём увеличения своей производительности при помощи приобретения нового оборудования, проведения маркетинговых исследований потребностей и финансовых возможностей населения в целях определения сегмента потребителей, желающих приобрести качественную мебель по доступным ценам, а также проведения широкой рекламной кампании в целях обеспечения целевого обращения потребителей именно в компанию ООО «Альфа-Мебель».

От собственников мебельной фабрики и управляющих им требуется пристальное внимание к качеству и конкурентоспособности продукции предприятия при проведении работы по повышению устойчивости его развития в данном периоде и в будущем.

Для дальнейшего роста компании придется заняться поиском более узких ниш, в которых она имеет конкурентное преимущество, и сконцентрироваться на достижении необходимых компетенций. Компании «Альфа-Мебель» нужно находить новые пути понижения цены и отыскания мебели наиболее привлекательной для потребителя по дизайну, то есть нужно продавать в салоне не любые шкафы и столы, а мебель именно такого дизайна и качества, в которых потребитель нуждается больше всего. Так компания сможет значительно увеличить свои продажи.

Так как большинство людей приобретают мебель на заказ, дизайнерам-конструкторам следует повышать свою квалификацию и осваивать новые компьютерные программы для моделирования различной мебели.

Фирма ООО «Альфа-Мебель» должна создавать узнаваемую торговую марку (брэнд); формировать положительный имидж компании в глазах партнеров, покупателей, различных организаций (PR); проводить мероприятия, направленные на дополнительное привлечение покупателей к своему товару (промоушн-акции, презентации и т.п.). Это стимулирование сбыта.

Для обеспечения эффективной деятельности предприятия следует проводить политику, направленную на расширение ассортимента. Поэтому ООО «Альфа-Мебель» следует проводить мероприятия, направленные на расширение ассортимента мебельных товаров.

Для совершенствования ассортиментной политики ООО «Альфа-Мебель» предложено организовать производство детской мебели, преимущественно детских кроваток.

Предприятие ООО «Альфа-Мебель» должно ориентироваться на потребности и спрос потребителей.

Непрерывное формирование маркетинговой политики как системы взглядов потребителей на рынок, подчинение всех идее маркетинга.

Также необходимо определение миссии и стратегии ООО «Альфа-Мелбель» на основе маркетинговых исследований.

Выявление среди персонала кадров, способных реализовать маркетинг и помощь этим кадрам;

Нужно организовывать и проводить рыночные исследования.

Для того, чтобы покупатели удовлетворяли свои потребности, а ООО «Альфа-Мебель» продолжало функционировать, необходимо использовать маркетинговый инструментарий, то есть выбрать определенную товарную, сбытовую, коммуникационную и ценовую политику.

Основная задача управления маркетингом состоит в воздействии на маркетинговую среду таким образом, чтобы уровень, время и характер спроса обеспечивали достижение цели, то есть получение прибыли, стоящую перед предприятием.

На основе прогноза финансовых средств была оценена эффективность осуществления производства детских кроваток для ООО «Альфа-Мебель».

**Заключение**

Преддипломная практика на предприятии дает большую практическую основу для изучения многих дисциплин, связанных с менеджментом организации. В ходе практики изучается большой объем информации о предприятии как системе, что дает более полное понятие о функционировании предприятия, его структуре, уровнях управления, экономическом и финансовом состоянии.

При прохождении практики на ООО «Альфа-Мебель» мною была изучена технология производства, организационная структура предприятия, основные технико-экономические показатели. Это позволило мне получить наиболее полное представление о данном предприятии и составить отчет о главных аспектах деятельности предприятия и его финансовом состоянии.

Анализируя проделанную мной работу можно сделать выводы, что предприятие развивается, наращивает темпы производства, внедряя новые линии производства. Реализация изготовленной продукции так же имеет тенденцию к увеличению.

Практика, действительно, является одной из самых важных составляющих учебного процесса, так как только в ходе практической работы можно применить свои теоретические знания и умения, сравнить их с реальной хозяйственной деятельностью, скорректировать в зависимости от деятельности предприятия, а так же приобрести навыки работы менеджеров в организации.

Мероприятия, предпринимаемые для улучшения положения ООО «Альфа-Мебель»:

повышение эффективности контроля над всем процессом производства;

поиск резервов для снижения себестоимости продукции;

максимальная загрузка имеющихся мощностей производства мебели;

повышение производительности труда;

поддержание стабильного качества продукции;

улучшение технических характеристик существующей продукции, расширение ассортимента;

поиск новых рынков сбыта мебели и новых потребителей.

Подводя общий итог, следует отметить, что компания ООО «Альфа-Мебель» стоит не на последнем месте по количеству заказов на изготовление корпусной мебели. И свои позиции на мебельном рынке Красноярска компании ООО «Альфа-Мебель» определенно следует укреплять и использовать как можно больше своих возможностей в жесткой конкурентной борьбе.

Размещено на Allbest.ru