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](about:blank) изучение всех аспектов деятельности организации и создается полный отчет о предприятии, на котором [проводится](about:blank) 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"](about:blank), [мебельный центр ''Громада''](about:blank), 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](about:blank)) 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](about:blank) 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"](about:blank), [мебельный центр ''Грамада''](about:blank), 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»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ВОЗМОЖНОСТИ  Выход 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. | УГРОЗЫ  Приход 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 СТОРОНЫ  Высококвалифицированный 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 ВОЗМОЖНОСТИ  Необходимо 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 УГРОЗЫ  Внедрение 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 СТОРОНЫ  Недостатки в рекламной политике;  Средний уровень цен;  Нет ясных стратегических направлений  Небольшой масштаб производства;  Недостаточная известность среди населения;  Недостаток производственных мощностей;  Слабое развитие маркетинга. | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ И  ВОЗМОЖНОСТИ  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». | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ И  УГРОЗЫ  От 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 | | Изменения  2012 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:

Анализ технико-экономических показателей деятельности мебельного предприятия

где Q – объем выпущенной продукции;

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

Анализ технико-экономических показателей деятельности мебельного предприятия

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

Анализ технико-экономических показателей деятельности мебельного предприятия

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