

*МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ
ЛЬОТНИЙ КОЛЕДЖ*

*Дипломна робота На тему : «Управління
якістю логістичних операцій на підприємстві
(на прикладі ПП «Поло-Інвестбуд »)»*

*Виконала студентка навчальної групи
Лдмс-19-1б
Бондаренко А.Є
Керівник: к.е.н.,
викладач вищої категорії
Сумець О.М.*

Актуальність

Найактуальнішими з них є зміцнення та розширення можливостей первинної ланки підприємства, удосконалення їх організаційних структур, організація системи технічного обслуговування виробництва та його матеріально-технічного обслуговування.

Актуальність теми дослідження обумовлено скороченням часових витрат та якістю готової продукції, що дозволяє підприємству підвищувати свою прибутковість з мінімальними грошовими вкладеннями.

Метою роботи є розкриття й поглиблення теоретичних основ та розроблення практичних рекомендацій, щодо якості логістичної діяльності підприємства. Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

1. Розкрити сутність якісної діяльності підприємства;
2. Надати характеристики досліджуваному підприємству;
3. Здійснити аналіз дослідження якості діяльності підприємства;
4. Розробити напрямки оптимізації якісної системи;
5. Обґрунтувати ефективність якісного циклу підприємства.

Об'єктом дослідження є логістична діяльність приватного підприємства ПП " Поло-Інвестбуд ".

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та науково-методологічних положень стосовно управління якістю діяльності підприємства. Дипломна робота складається зі вступу, теоретичного блоку, практичного блоку, охорони праці, висновків і пропозицій та списку використаної літератури та додатків

У міжнародному стандарті ISO 9000:2000 під якістю розуміється ступінь, у якому сукупність властивих характеристик виконує вимоги. Категорія якості вперше була проаналізована давньогрецьким філософом Арістотелем.

Німецький філософ Гегель розглядав якість як логічну категорію, вбачаючи в ній початковий ступінь пізнання речей і становлення світу.

У деяких теоретичних джерелах "якість" визначають як "придатність для використання", "відповідність меті", "задоволення потреб споживача" чи "відповідність вимогам". Усе це відбиває тільки окремі аспекти якості.

Формування підходів до розуміння категорії "якість".

Формування підходів до розуміння категорії “якість”

Автор	Визначення “якості”
Аристотель (III ст. до н.е.)	Диференціація за ознакою "гарний - поганий"; Різниця між предметами.
Гегель (XIX ст. н.е.)	Якість є ототожненою з буттям визначеністю в тому розумінні, що дещо перестає бути тим, чим воно є, коли воно втрачає свою якість.
Ісікава К. (1950 р.)	Якість – властивість, котра реально задовольняє споживачів.
Джуран Дж (1979 р.)	Придатність до використання, тобто відповідність призначенню; Ступінь задоволення споживача.
ГОСТ 15467-79	Сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольнити певні потреби відповідно до її призначення.
Українська асоціація якості	Якість – це процес безперервного вдосконалення, спосіб ведення бізнесу, коли необхідно бути краще, досконаліше інших, а не просто мати продукцію кращої якості.
Міжнародний стандарт ISO 8402-86	Сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, що надають їм можливість задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів.
Міжнародний стандарт ISO 9000-2000	Ступінь, до якого сукупність власних характеристик продукції, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або загальнозрозумілі чи обов’язкові очікування.

Рівень якості являє собою відносну характеристику якості продукції, що базується на порівнянні значень показників якості оцінюваної продукції з базовими значеннями відповідних показників.

Характеристика	<p>Абсолютний рівень характеризує якість виробу певного виду, що виготовляється підприємством у поточному періоді. Визначається обчисленням певних показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів.</p>
Характеристика їх характеру	<p>Відносний рівень визначається порівнянням техніко-експлуатаційних показників якості товарів з аналогічними показниками якості товарів-еталонів.</p>
Характеристика продукції	<p>Перспективний рівень – це рівень, якого можна досягти в майбутньому, враховуючи пріоритетні напрямки й темпи розвитку науки і техніки.</p>
Рівні якості	<p>Оптимальний рівень – це рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання продукції за конкретних умов її споживання є мінімальною.</p>

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції



Велику роль у забезпеченні якості і, як наслідок, конкурентоспроможності продукції відіграють стандартизація, сертифікація та системи управління якістю.

Визначення розміру кількісних показників рівня якості та їх оцінки пропонують використовувати такі методи:

- 1) Експериментальний – заснований на застосуванні технічних вимірювальних засобів і дає фізико-хімічну характеристику продукту;
- 2) Розрахунковий – характеризується обчисленнями з використанням параметрів, знайдених іншими методами; слугує для обчислення значень показників продуктивності і зберігання; використовується насамперед для проектування продукції, коли остання ще не може бути об'єктом експериментальних досліджень;
- 3) Органолептичний – заснований на сприйнятті органів відчуттів (зору, слуху, смаку) без застосування технічних вимірювальних або реєстраційних засобів; дає змогу оцінити ергономічні й естетичні показники якості продукції;
- 4) Експертний – заснований на думках групи фахівців-експертів,
- 5) Соціологічний – полягає в зборі й аналізі думок споживачів продукції;
- 6) Реєстраційний – характеризується використанням інформації, яку отримують підрахунком кількості визначених подій, предметів або витрат.

Вибираючи товар, споживач свідомо або несвідомо враховує експлуатаційну якість товару, порівнює його граничну корисність (цінність) з витратами, пов'язаними з експлуатацією виробу.

Якість => Задоволеність споживача => Цінність / Вартість

Отже, для того, щоб товар був конкурентоспроможним, необхідно оптимізувати всі ланки виробничого циклу товару так, щоб ціна продукції відповідала її якості, а також рівню сервісу, та щоб товар був доступним для споживача.

Система якості— це сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю.

Модель забезпечення якості — це стандартизований або обраний набір вимог системи якості, об'єднаних з метою задоволення потреб забезпечення якості в цій ситуації.

Політика якості («спіраль якості») — концептуальна модель взаємозалежних видів діяльності, що впливають на якість на різних стадіях : від визначення потреб до оцінки їх задоволення.

Забезпечення якості — усі плановані і систематично здійснювані види діяльності у рамках системи якості, а також додаткові види (якщо це потрібно), необхідні для створення достатньої упевненості в тому, що об'єкт виконуватиме вимоги, що пред'являються до якості.

Управління якістю — методи і види діяльності оперативного характеру, використовувані для виконання вимог за якістю. Управління якістю включає методи і види діяльності оперативного характеру, спрямовані як на управління процесом, так і на усунення причин незадовільного функціонування на усіх етапах «петлі якості» для досягнення економічної ефективності.

Поліпшення якості — заходи, що проводяться для підвищення ефективності і результативності діяльності і процесів з метою отримання вигоди, як для організації, так і її споживачів.

Керівництво за якістю — документ, що містить політику в області якості і описує систему якості організації. Воно може охоплювати усю діяльність організації або тільки її частину.

До показників якості продукції відносяться наступні групи показників:

- призначення;
- надійності (безвідмовності, довговічності, ремонтопридатності, збереженості);
- екологічності;
- ергономічності;
- технологічності;
- естетичності;
- стандартизації і уніфікації;
- патентно-правові;
- безпеці застосування;
- сертифікаційні.

У світі проводиться активна праця над проблемою забезпечення якості. Методичною її основою є так звана "Петля якості", яка в класичному варіанті має такий вигляд



Можна назвати такі основні характеристики для виробів:

1. Функціональні характеристики;
2. Надійність – кількість ремонтпридатних відмов за термін;
3. Довговічність (термін служби) – показник, пов'язаний з надійністю;
4. Бездефектність – кількість виявлених покупцями дефектів;
5. Естетичні властивості;
6. Екологічність;
7. Безпека.

Основними характеристиками для послуг будуть такі:

1. Надійність;
2. Гарантія;
3. Доступність;
4. Взаємозв'язок;
5. Чуйність;
6. Ввічливість;
7. Наявність симпатій;
8. Відчутність

Система управління якістю продукції – це спосіб організації ефективної взаємодії керуючих і виконавчих підрозділів та конкретних осіб, які беруть участь у створенні, виготовленні, використанні і обслуговуванні продукції з метою надання їй властивостей, що забезпечують задоволення певних потреб і запитів споживання при мінімальній витраті всіх ресурсів та засобів.

До етапів розробки системи управління якістю продукції належать:

1. Інформаційна нарада;
2. Прийняття рішення про створення системи якості;
3. Розробка плану;
4. Визначення функцій і завдань систем якості;
5. Визначення структурної і функціональної схем управління якістю;
6. Визначення складу документації системи якості;
7. Розробка нормативної документації;
8. Впровадження системи управління якістю продукції;
9. Перевірка, налагодження та вдосконалення системи управління якістю.

Першими такими стандартами стали стандарти серії 9000, які вийшли наприкінці 80-х рр. XX ст. Більше половини країн світу ввели у дію національні стандарти, ідентичні стандартам ISO, а також сертифікували підприємства у відповідності зі стандартами ISO.

Основним завданням для успішної діяльності кожного підприємства є підвищення якості виробленої продукції, яка має:

1. Відповідати чітко поставленим цілям;
2. Задовольняти вимоги споживачів;
3. Відповідати встановленим стандартам і технічним вимогам;
4. Відповідати чинному законодавству й потребам суспільства;
5. Пропонуватися споживачеві за конкурентними цінами;
6. Орієнтуватися на мінімізацію витрат.

Один із шляхів – управління якістю продукції на основі аналізу асортименту та його інноваційного розвитку. Досвід розвинутих країн показує, що охорона здоров'я нації, насамперед через продукти харчування, їх безпеку, більш надійна, коли вона досягається за рахунок підвищення рівня якості продукції на основі стандартизації в світових масштабах і на міжнародній основі.

На міжнародному рівні вимоги до якості регламентовані стандартами ISO, жорстко орієнтованими на споживача.

Першими такими стандартами стали стандарти серії 9000, які вийшли наприкінці 80-х рр. XX ст. Більше половини країн світу ввели у дію національні стандарти, ідентичні стандартам ISO, а також сертифікували підприємства у відповідності зі стандартами ISO.

Основним завданням для успішної діяльності кожного підприємства є підвищення якості виробленої продукції, яка має:

1. Відповідати чітко поставленим цілям;
2. Задовольняти вимоги споживачів;
3. Відповідати встановленим стандартам і технічним вимогам;
4. Відповідати чинному законодавству й потребам суспільства;
5. Пропонуватися споживачеві за конкурентними цінами;
6. Орієнтуватися на мінімізацію витрат.

У процесі управління якістю безперервно здійснюється контроль якості. Сьогодні у більшості країн світу виділяються в основному дві категорії нагород за якість.

До першої категорії належать "Факел Бірмінгема", "Діамантова зірка", "Арка Європи" та ін. Подібні нагороди присуджуються одночасно великій кількості підприємств на основі опитування споживачів або експертів без глибокого вивчення й аналізу самих підприємств.

До другої категорії належать нагороди, які базуються на моделях "ідеального підприємства". Порівняння з ними дає можливість кількісно оцінити реальні переваги підприємств, визначити їхні сильні і слабкі сторони. На основі цих моделей присуджуються Національні нагороди з якості у багатьох розвинутих країнах. На сьогодні ця практика має місце в 70 державах.

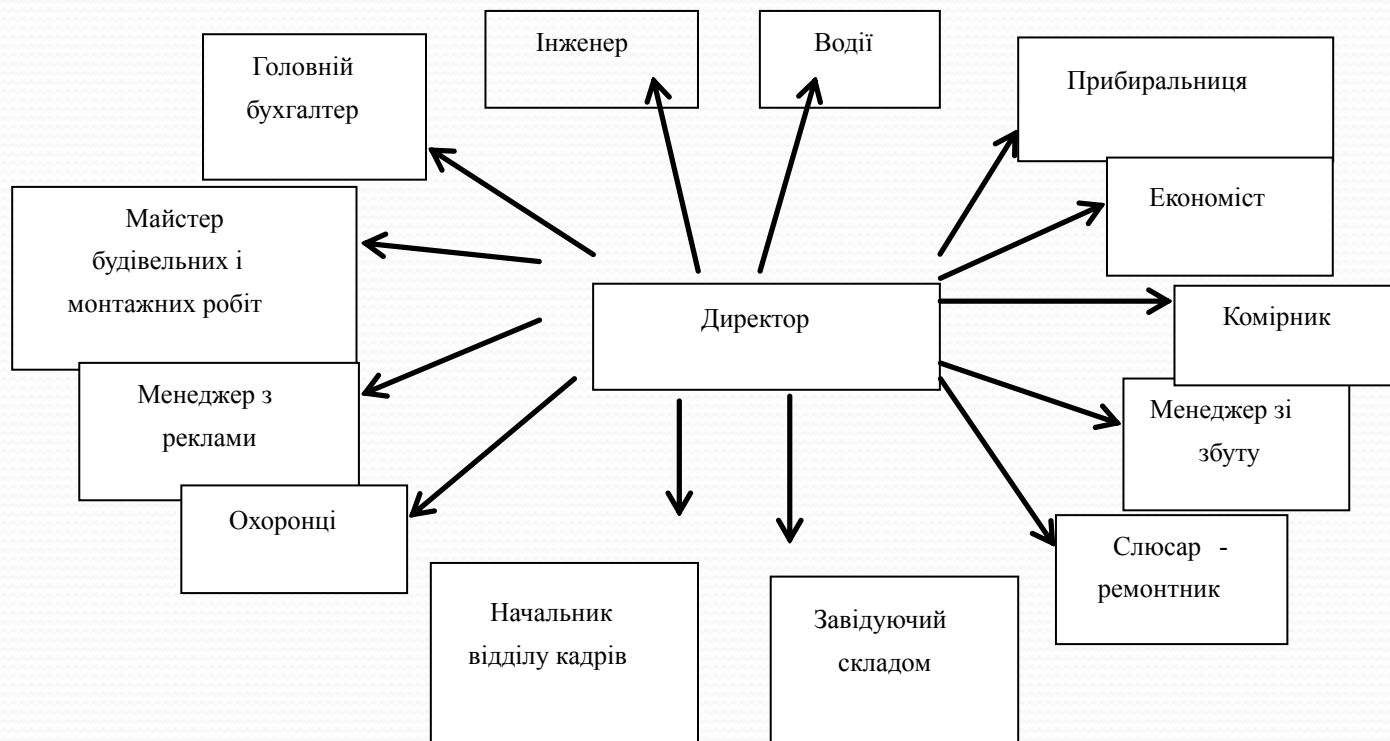
Найвідомішу світі премію з якості наведені на рисунку :



Отже, управління якістю полягало у фізичному огляді кінцевого виробу. У цій ситуації більш жорсткі вимоги контролю призводили до відбракування більшої кількості готової продукції. В сучасній структурі управління якістю акцент змінився на попередження недоліків на стадіях розроблення і виготовлення. Зусилля, потрачені на те, щоб поліпшити якість і зберегти кількість.

Лінійна структура підприємства заснована на зосередженні всіх виробничих і управлінських функцій у керівника. На підприємстві усі повноваження прямі, тобто лінійні, вони спрямовані від вищої ланки управління до нижчої. Підґрунтям для цього є принцип єдності розподілу доручень.

Структура підприємства " Поло-Інвестбуд "



Загальна інформація підприємства

Рік заснування	2007
Код ЄДРПОУ	35026677
Тип компанії	Юридична особа
Обслуговуючі банки	Приватбанк
Кількість працюючих	Від 50 до 99
Директор	Салабаєв Юрій Анатолійович 09.07.2007 - 17.04.2015 Палій Олександр Володимирович 17.04.2015
Дата реєстрації	26.06.2007
Дата закінчення формування статутного капіталу	26.06.2008
Ідентифікаційний код органу	21680000
Дата взяття на облік	09.07.2007
Номер взяття на облік	15840



Місії підприємства ІПП Поло-Інвестбуд провадиться в наступних напрямках:

1. Різання, оброблення та оздоблення каменю.
2. Будівництво других споруд.
3. Електромонтажні роботи.
4. Монтаж водопровідних мереж, систем опалення.
5. Інші будівельно-монтажні роботи.
6. Штукатурні роботи.
7. Покриття підлоги й облицювання стін.
8. Інші робота із Завершення будівництва.
9. Покрівельні роботи.
10. Надання в оренду других машин, устаткування та товарів.
11. Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно- технічним обладнанням.
12. Не спеціалізована оптова торгівля.
13. Вантажний автотранспорт.
14. Транспортне оброблення вантажів.
15. Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.
16. Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах, та має недержавну форму власності.

Щодо чисельності ПП "Поло-Інвестбуд", то середня облікова чисельність підприємства становить 75 осіб. Всі працівники з вищою освітою та професійним спрямуванням.

Штатний розклад складається у відповідності зі структурними підрозділами в порядку підпорядкованості. Він затверджується на початку року директором підприємства і діє протягом календарного року. У штатному розкладі можуть також вказуватися і надбавки до посадових окладів деякими категоріями працівників. Необхідно визначити, що в штатному розкладі можуть бути затверджені однакові назви, але з різними посадовими окладами .

Згідно штатного розкладу кадровий склад підприємства складається з п'яти категорій працівників підприємства: 12 чол. - технологічний, 11 чол. - бухгалтерія, 27 чол. - відділ збуту, 23 чол. - будівельно - монтажна дільниця, 8 чол. - фінансовий.

Кадровий склад підприємства за 2019-2020 рр.

Категорії персоналу	Попередній		Поточний		Відхилення	
	чол.	%	чол.	%	чол.	%
Технологічний	10	15	12	14,4	2	-0,6
Бухгалтерія	7	10,5	11	13,2	4	2,7
Відділ збуту	23	34,5	27	32,4	4	-2,1
Будівельно-монтажна дільниця	20	30	23	27,6	3	-2,4
Фінансовий	5	7,5	8	9,6	3	2,1
Всього	65	100	81	100	16	-0,3

Штатний розклад

Адміністрація		Відділ збуту		Будівельно-монтажна дільниця	
Назва посади	Кількість	Назва посади	Кількість	Назва посади	Кількість
Директор підприємства	1	Заступник директора з постачання	1	Майстер будівельних та монтажних робіт	4
Директор з будівництва	1	Економіст з збуту	1	Виконавець робіт	1
Головний бухгалтер	1	Менеджер з реклами	1	Механік	1
Бухгалтер	5	Менеджер з збуту	23	Прибиральник виробничих приміщень	1
Бухгалтер-касир	1			Маляр	1
Начальник відділу кадрів	1			Слюсар будівельний	2
Інспектор з кадрів	1			Слюсар-ремонтник	4
Начальник відділу охорони праці	1			Охоронець	2
Секретар	1			Столяр будівельний	1
Програміст системний	1			Інженер будівельний	1
				Водій автотранспортних засобів	11
				Електрогазозварник	2
				Електрик дільниці	1
				Завідуючий складом	3
				Підсобний робітник	7
				Покрівельник будівельний	1
				Комірник	3
				Експедитор	1

Характеристика якісного складу кадрів за 2019-2020рр.

Вік персоналу	Загальна кількість, чол.		з вищою освітою		з середньо-спеціальною освітою		з загальною середньою освітою		Частка в загальній кількості, %	
	попередній рік	поточний рік	попередній рік	поточний рік	попередній рік	поточний рік	попередній рік	поточний рік	попередній рік	поточний рік
До 30	33	45	14	19	14	17	5	9	49,5	54
Від 30 до 45	25	27	11	12	11	12	3	3	37,5	32,4
Від 45 до 55	7	9	3	4	3	4	1	1	10,5	10,8
Вище 55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Всього	65	81	31	40	21	24	13	17	100	100

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ПОЛО-ІНВЕСТБУД" Територія ПОЛТАВСЬКА Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство Вид економічної діяльності Будівництво житлових і нежитлових будівель Середня кількість працівників ¹ 86	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ за КОАТУУ за КОПФГ за КВЕД	КОДИ		
		2013	01	01
		00278818		
		5110600000		
		112		
		17.21"		

Адреса, телефон ВУЛИЦЯ ОЛЕГА ДУНЧИКА буд 1м. КРЕМЕНЧУК ПОЛТАВСЬКА обл., 39627
 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака
 Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

0536726600

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 1січня 2020 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	35	4507
Основні засоби	1010		
первісна вартість	1011	99072	103044
знос	1012	(53012)	(57066)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		817
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	46093	51032
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	7767	5964
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	27666	40819
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	6101	1872
з бюджетом	1135	179	207
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5	7
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	220	594
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	3	9
Усього за розділом II	1195	56906	55387
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	2781	2781
Баланс	1300	105780	109470

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	4162	4162
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	6090	6090
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-6101	-8257
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	17104	14948
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	4247	7437
розрахунками з бюджетом	1620	414	347
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	572	613
розрахунками з оплати праці	1630	1190	1617
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	64700	64295
Усього за розділом III	1695	88676	94522
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
	1700		
Баланс	1900	105780	109470

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 1 січня 2020 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

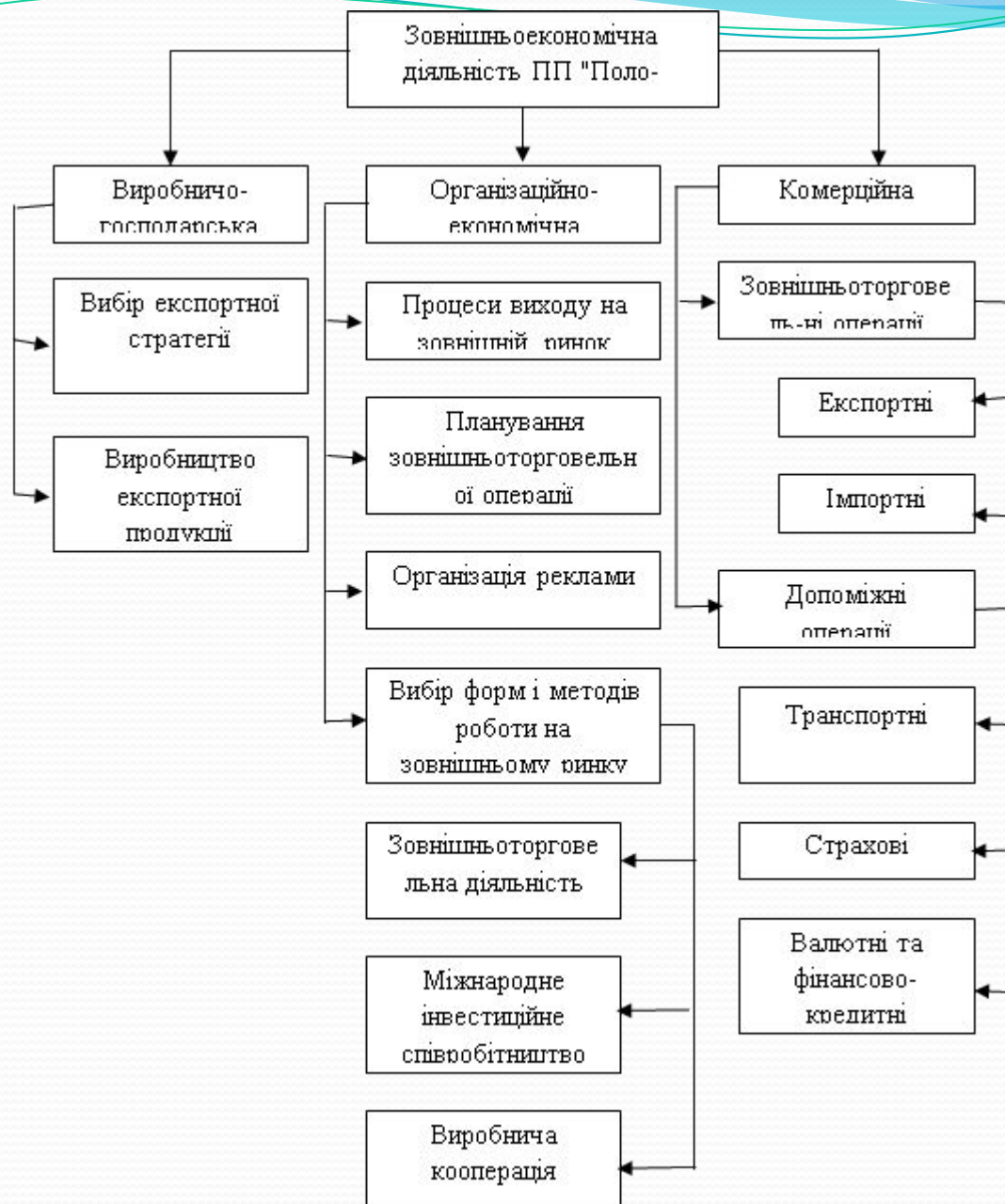
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	126025	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(108507)	()
Валовий:			
прибуток	2090	17518	
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	2020	
Адміністративні витрати	2130	(8444)	()
Витрати на збут	2150	(7808)	()
Інші операційні витрати	2180	(2457)	()
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	829	
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	18	
Фінансові витрати	2250	(2660)	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(8)	()
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		
збиток	2295	(1821)	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		
збиток	2355	(2156)	()

Зовнішні фактори впливу господарської діяльності на зовнішньоекономічну діяльність ПП "Поло-Інвестбуд"



Розглянемо докладніше зовнішньоекономічну діяльність ПП "Поло-Інвестбуд"

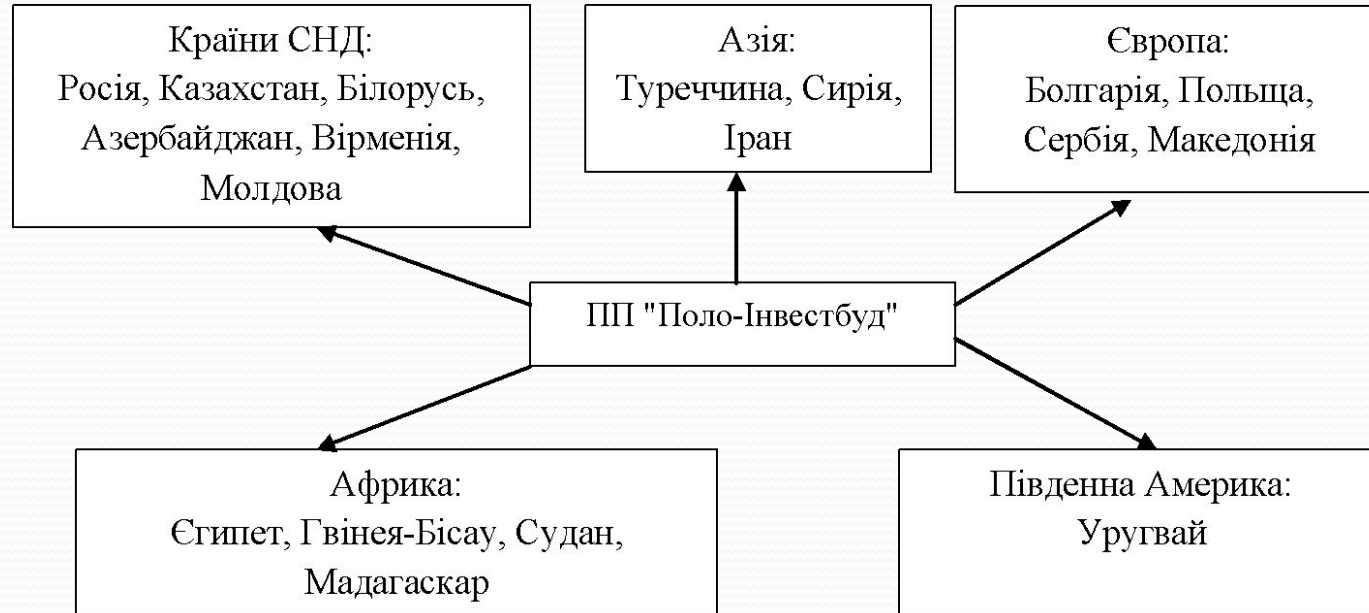


Основні ринки збуту ПП "Поло-Інвестбуд": внутрішній ринок України, Росія, Білорусь, Казахстан, Азербайджан, Вірменія, Сирія, Сербія і Черногорія, Болгарія, Єгипет.

Канали збуту: власна мережа та дистриб'юторські компанії.

Варто зазначити про географічну діяльність ПП "Поло-Інвестбуд"

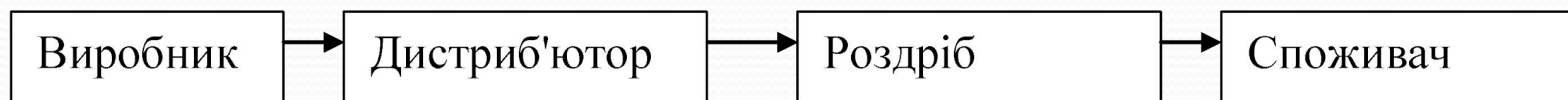
Географія діяльності ПП "Поло-Інвестбуд"



Основними проблемами, які впливають на діяльність підприємства є: недосконалість чинного законодавства; значний податковий тиск; наявність на вітчизняному ринку імпортованих товарів; низька покупна спроможність населення.

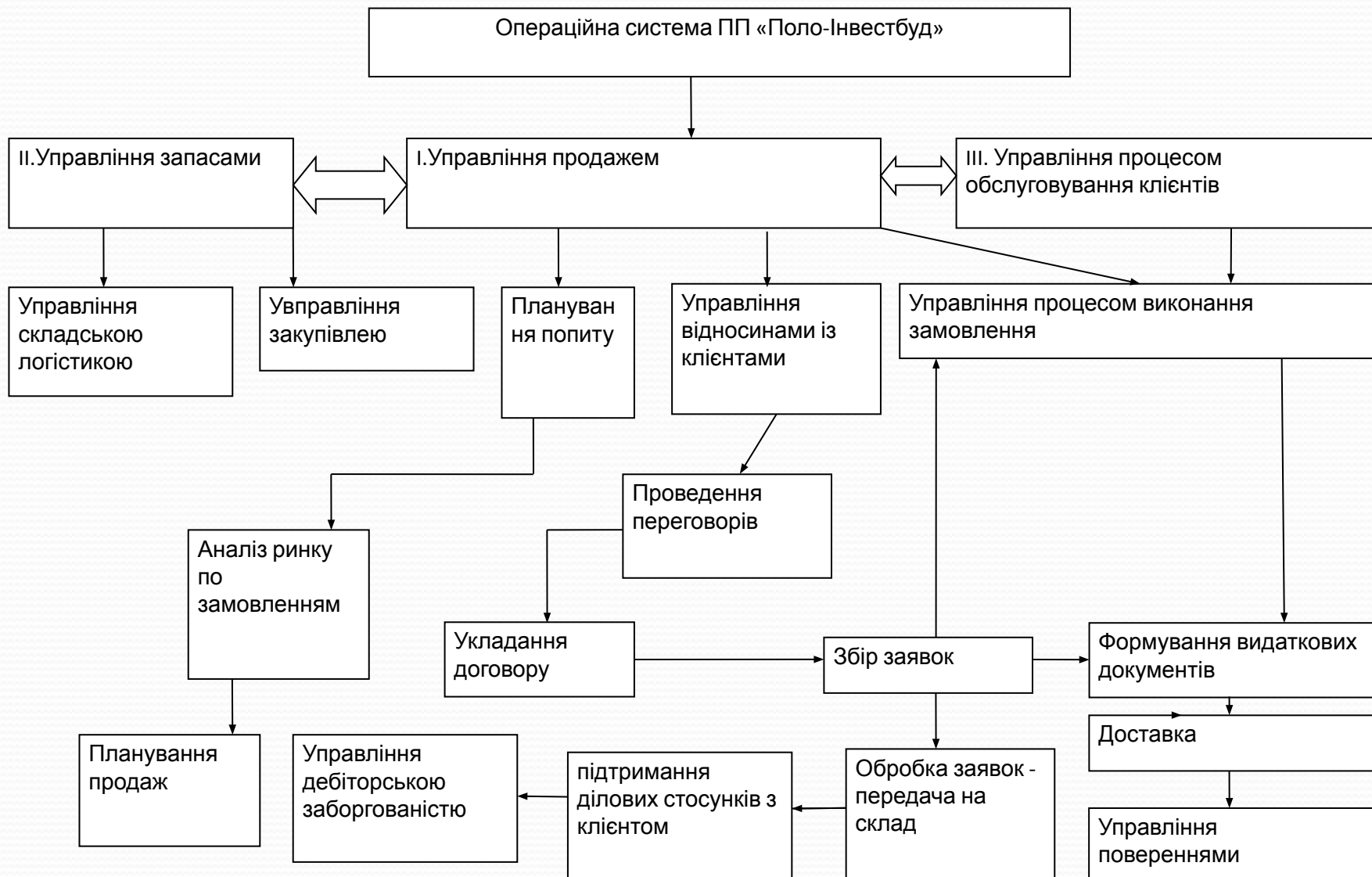
До основних послуг ПП «Поло-Інвестбуд» належить: відповідальне зберігання, передпродажна підготовка, дистрибуція товарів у північній частині регіону, доставка вантажів, забезпечення мерчендайзингу товарів тощо. На рисунку 2.7 зображено місце дистрибутора у ланцюгу «виробник-споживач».

Процес надходження товарів від виробника до споживача



Для того, щоб зрозуміти сутність операційної системи ПП «Поло-Інвестбуд» необхідно докладніше розглянути кожну з вище зазначених підсистем у взаємодії.

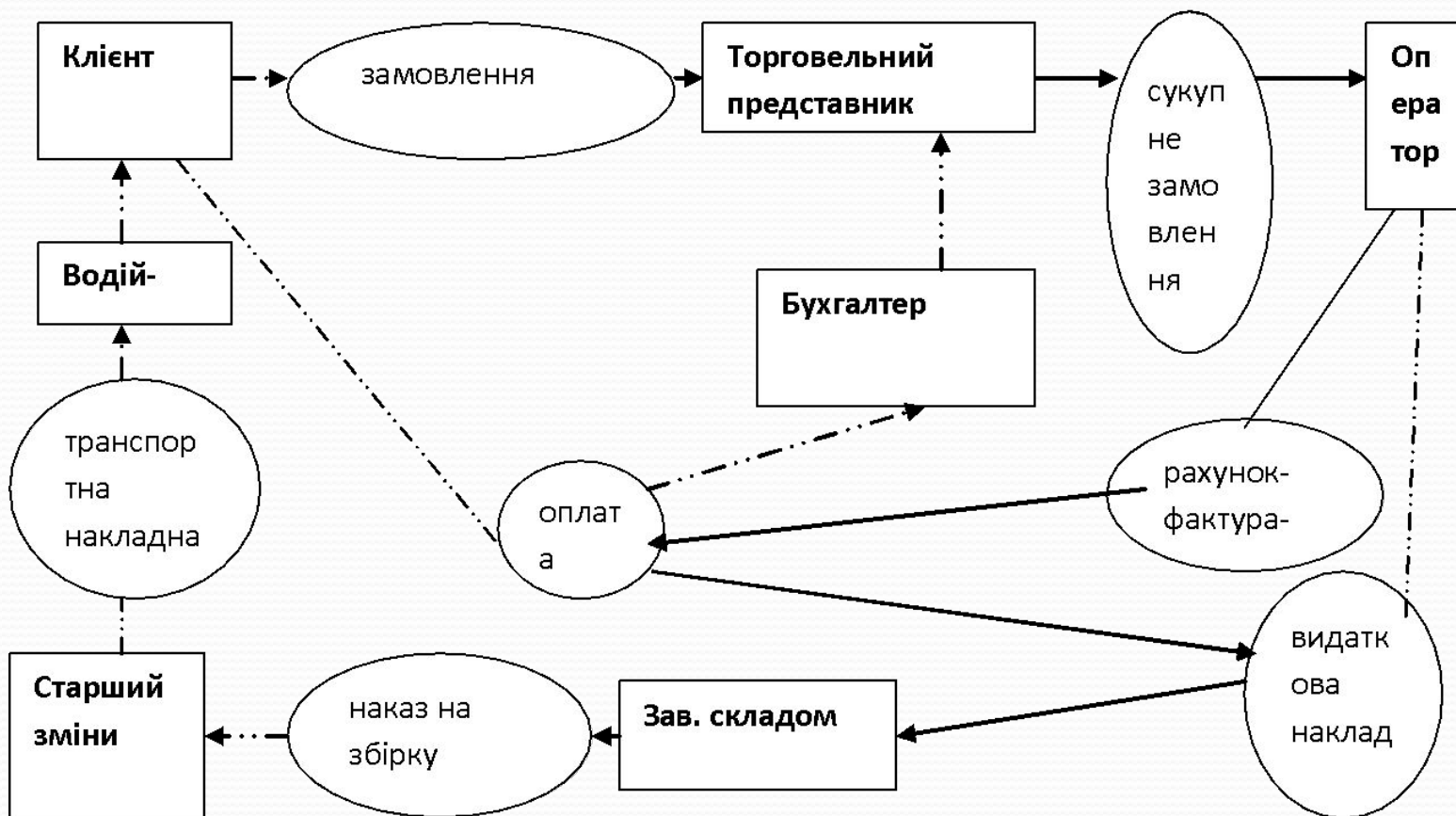
Операційна система ПП "Поло-Інвестбуд"



На основі процесів управління попитом і управління взаємовідносин із клієнтами будується осовний процес дистрибутора – процес виконання замовлень .

З рисунку можна побачити, що важливу роль у підсистемі виконання замовлень відіграє управління рухом потоку інформації між ланками дистрибутора.

Процес виконання замовлення



Складена матриця SWOT-аналізу дозволяє сформулювати перелік першочергових заходів, що повина провести компанія для удосконалювання системи управління маркетингом .

SWOT-аналіз конкурентних переваг

Співвідношення потенціалу фірми напрямків перетворень	стану та	Рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми всіх видів ресурсів
1		2
1. Поле SO (сила та можливості)		<p>Сильними сторонами підприємства є кваліфікований персонал, що є основою для подальшого розвитку підприємства.</p> <p>Підприємство має своїх, постійних покупців, які зацікавлені у придбанні продукції саме у цього підприємства.</p> <p>Має гарну репутацію на ринку.</p> <p>Розширення асортименту продукції дає можливість у майбутньому більше стійко утримуватися на ринку.</p>
2. Поле ST (слабкість та можливості)		<p>До слабкостей підприємства можна віднести слабку забезпеченість фінансовими ресурсами та недостатню рекламу.</p> <p>Вивчення нових ринків надання послуг.</p> <p>Участь у ярмарках та певних акціях змогла б повернути більшу кількість покупців.</p>
3. Поле WO (сила та загрози)		<p>Підприємство має велику кількість конкурентів. При оптовій закупівлі продукції покупець визначає постачальників за результатами тендеру. Це може бути загрозою для подільшої діяльності.</p> <p>Підприємству потрібно розширювати спектр послуг для утримання на ринку.</p>
4. Поле WT (слабкість та загрози)		<p>Основною слабкістю є місце розташування підприємства. Тому можливо потрібно зробити ще більше філіалів.</p> <p>Також до основних слабкостей можна віднести велику конкуренцію на ринку</p>

Розподіл управлінських задач по ступені їхніх труднощів для керівників управлінського персоналу ПП "Поло-Інвестбуд"

Задачі управління	Питома вага, %
Стратегічне планування діяльності підприємства	40
Аналіз і виявлення прихованих проблем у діяльності	27
Аналіз і оцінка зовнішнього середовища	23
Планування поточної діяльності підприємства	21
Створення ефективної системи контролю за виконанням поставлених задач	16
Створення системи впровадження нововведень	14
Стимулювання продуктивної роботи підлеглих	14
Організація ефективного обліку на підприємстві	12
Формування функціональної структури управління	7
Аналіз результатів діяльності підприємства	6

Асортименті готової продукції

Продукція	Марки
Лакофарбова	Sniezka, Maxima, Triora, Belinka, Pinotex, Smile, Hammerton
Будівельна хімія та поліуретанові герметики	Mapei, Tytan
Покрівельні матеріали	AquaMast, Техно-Ніколь, Термастіл
Будівельні матеріали	Knauf, URSA, MASTERFOL, ТехноНИКОЛЬ, MIZOL, Століт
Сантехніка	Ceresit
Підлогові покриття	Bruggan, Legro, Mirradex, Buzon
Електро фурнітура	VIKO
Оздоблювальні матеріали	ProForm, SPS, USG, Legro
Натуральний камінь і тротуарна плитка	Legro, proform SPS
Бетонозмішувачі	FORTE, WERK, VIROK
Ручний інструмент	Intertool, BERG, COLORADO, KONNER, STANLEY, MTX, GROSS, Haisser, Topex, Favorit, Verano
Електроінструмент	BLACK & DECKER, STANLEY, Kende, Kaiser, Gerrard, Forte
Водопровід і каналізація	Rainway ,rain
Цегла, газбетон	Aeroc
Добавки в бетон	Байріс
Сухі суміші, ґрунти	Ceresit, Момент, Полімін, OPTIMIN

Цілі реклами підприємництва

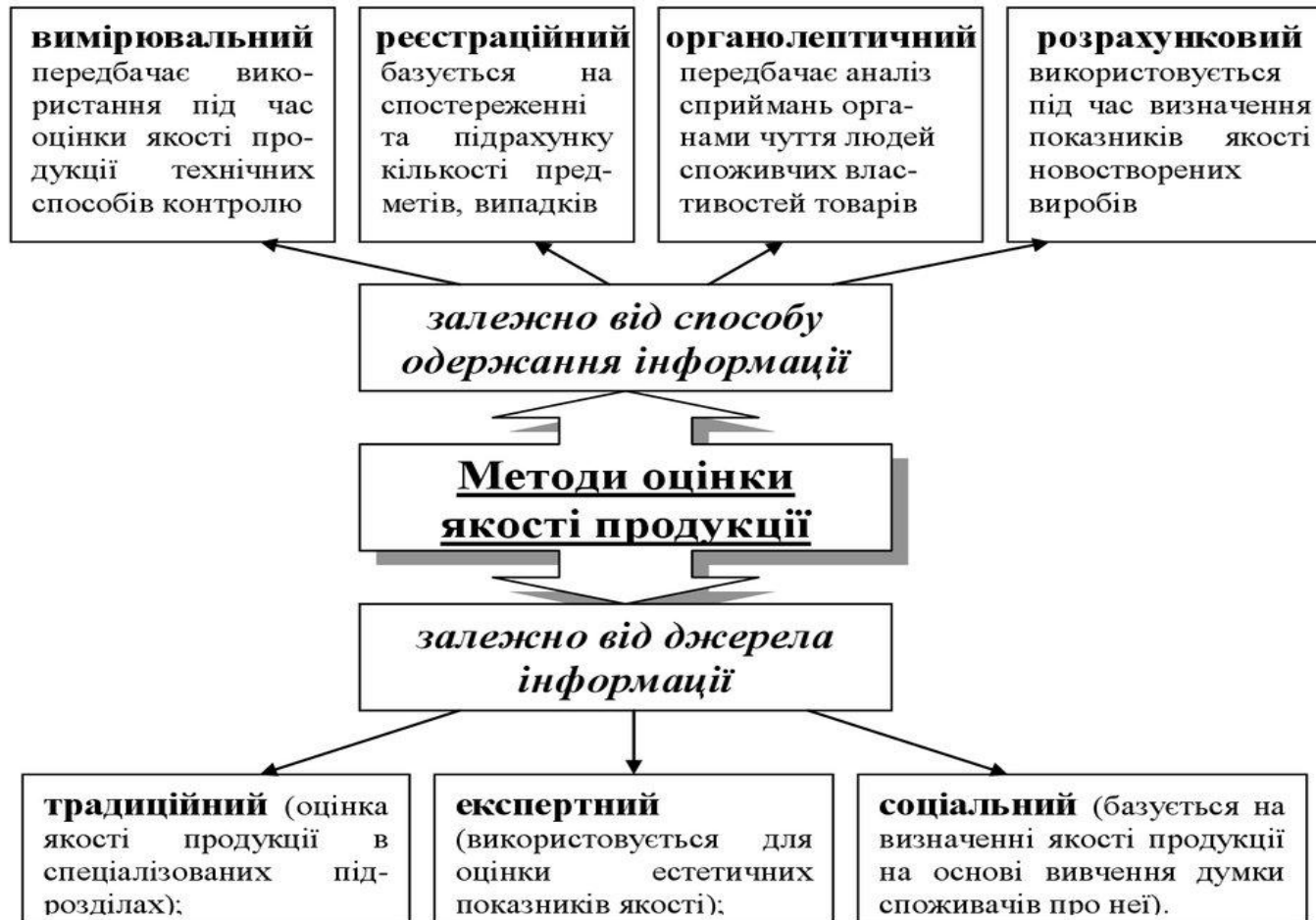
Види реклами	Цілі реклами
Інформативна	Розповідь ринку про нові способи використання товару і інформування ринку про зміну ціни, формування образу підприємства.
Агітуюча	Формування переваги до марки , переконати споживача придбати товар.
Нагадуюча	Нагадування, що товар може знадобиться в найближчому майбутньому, де можна придбати товар.

Структура інноваційного потенціалу ПП "Поло-Інвестбуд"

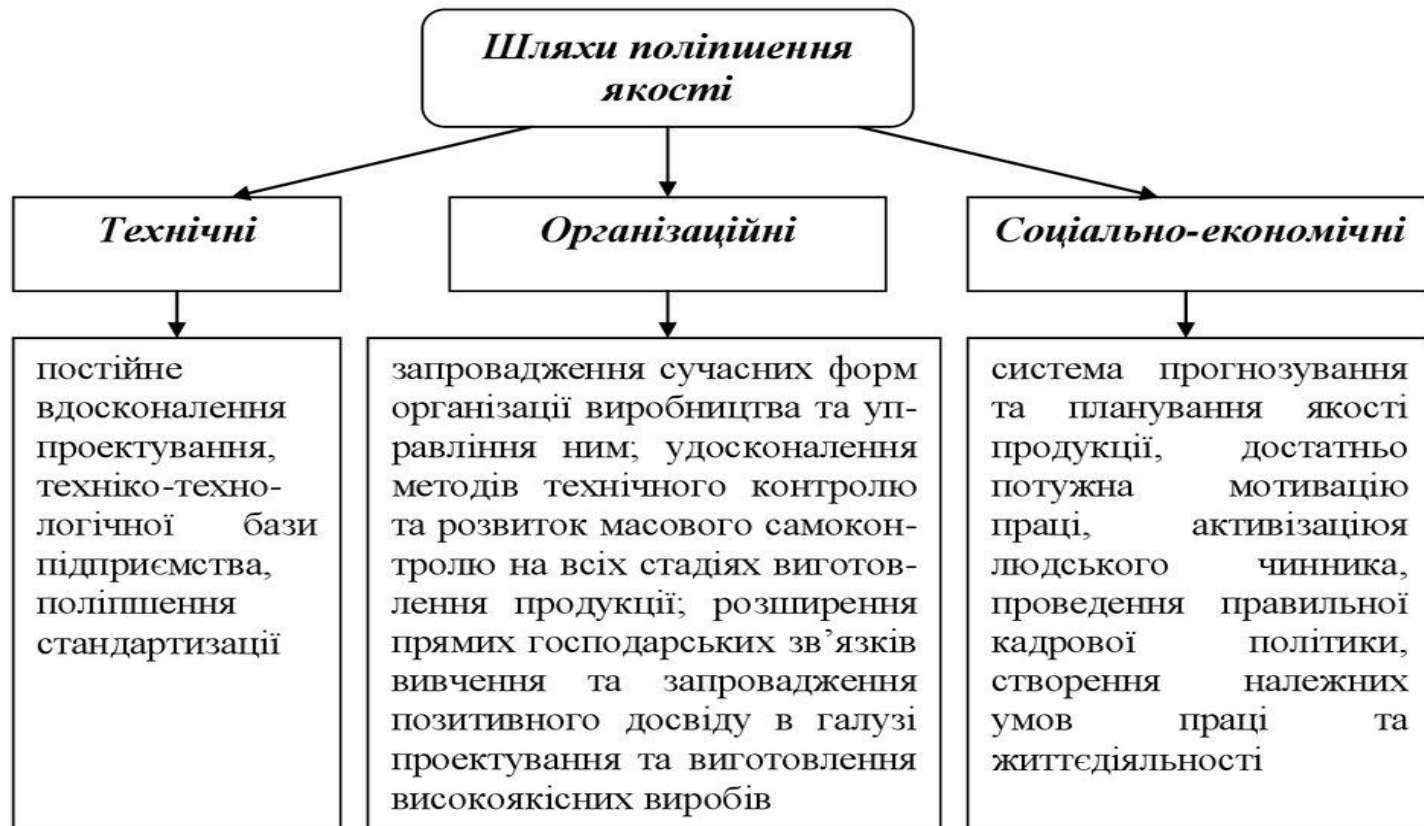
Елементи організаційного механізму	Інноваційний потенціал	
	Високий	в ПП "Поло-Інвестбуд"
Організаційна структура	Лінійно-функціональна з елементами програмно-цільових організаційних утворень, матричні структури	+;-
Технологія	Спеціалізоване виробниче обладнання, жорстко пов'язане в єдиний потік для масового випуску продукції	-
Виробничі та конторські приміщення	Універсального типу, наявність резервних площ та можливість змінити компоновання цехів і відділів.	+
Організація праці	Бригадна з високим рівнем поєднання операцій і професій	+
Оплата праці	Погодинно-преміальна, бригадна з використанням КТУ	+
Рухомість персоналу	Можливість горизонтальних і вертикальних переміщень згідно з вирішуваними завданнями	-
Стиль управління	Делегування повноважень, що забезпечують високий ступінь залучення персоналу до розробки рішень	+
Система інформування персоналу	Докладне інформування про діяльність організації в цілому, її життя, проблеми та завдання	+
Психологічний клімат	Настроювання на пошук рішень як оперативних так і довгострокових, як у рамках робочого місця, так і за його межами	+

Отже, розглянувши всі елементи організаційного механізму підприємства можна зробити висновок, що по всім елементам, крім виробничих та конторських приміщень, ПП "Поло-Інвестбуд" має високий інноваційний потенціал.

За допомогою оцінки ефективності напрямів удосконалення якості продукції можливо дізнатися правильність обраного шляху її розвитку підприємством, наведено на рисунку



Для цього необхідно деталізувати причини, які мають коригуючий вплив на підвищення ефективності якості продукції, на які впливає низка факторів, зображено на рисунку



Напрями ефективності підвищення якості продукції:

1. Економічний – ріст прибутку підприємства;
2. Збільшення об'ємів продажу та реалізації продукції; підвищення частки ринку;
3. Підвищення конкурентоспроможності підприємства;
4. Соціальний – підвищення задоволення потреб споживачів;
5. Підвищення активності працівників в управлінні якістю;
6. Покращення репутації на ринку;
7. Підвищення якості життя;
8. Безпеки – попередження негативного впливу на здоров'я людини;
9. Підвищення довіри населення до виробника продукції; покращення збалансування споживання продукції.

Розрахунок економічної ефективності впровадження окремих заходів для підвищення якості продукції включають:

1. Ефективність окремих заходів;
2. Внутрішні витрати від браку;
3. Додаткові витрати на виправлення внутрішнього браку.

Таким чином, під час проведення економічної оцінки на даній стадії вважаємо за необхідне враховувати ефекти від розвитку якості за трьома напрямками:

1. Розширення частки ринку, внаслідок появи нових споживачів та продукції за рахунок підвищення рівня якості продукції та збільшення попиту на продукцію вже існуючими споживачами;
2. Підвищення ціни на продукцію більш високої якості;
3. Зменшення собівартості внаслідок підвищення ефективності виробництва та зменшення витрат від випуску неякісної продукції .

На ПП «Поло-Інвестбуд» немає спеціального органу, який би займався управлінням якістю продукції. Всіма цими питаннями займається фахівець з економічного відділу. Однак на підприємстві існують перевірки функціонування системи якості, які можуть проводитися постачальником (внутрішні перевірки), його замовниками (другою стороною) і незалежними органами (третьою стороною).

Всі роботи з виготовлення і розробки продукції плануються і управляються. На підставі поданих бухгалтерією відомостей по видаткам на якість, відділ технічного контролю разом з причетними підрозділами проводить аналіз даних. І на підставі аналізу проводить ряд заходів по зменшенню витрат на якість, і відмов продукції на виробництві і у споживача, зображено на рисунку.

Тому запропоновано ПП «Поло-Інвестбуд» створити систему менеджменту якості, яка буде відповідати рекомендаціям стандартів ІСО 9001.

З метою удосконалити менеджмент якості, ПП «Поло-Інвестбуд» повинен приділити особливу увагу таким чинникам, як кваліфікація і професійність працівників відділу контролю, так як саме від того, наскільки своєчасно буде отримана повна і достовірна інформація щодо якості продукції, стану обладнання і технологічного процесу, залежить виробництво продукції відповідно до вимог стандартів і технічних умов.

Система якості



"Бренд року 2019"



ТелеграфЪ

ПРИВАТНА
газета

НОМИНАЦИЯ

«СТРОИТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ»

Кременчужане отметили **25** брендов



5
лидеров

«Котлогаз»
«Крюковбудтехмонтаж»
«Поло-Инвестбуд»
«Соломон»
«Центр-ЛТД»

Висновки :

Проведене дослідження дає підстави констатувати, що оптимальним напрямом розвитку транспортної галузі України є формування багатопрофільної та багатофункціональної інтегрованої транспортно-логістичної системи країни.

Приватне підприємство "Поло-Інвестбуд" створене та діє відповідно до Конституції України, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України "Про господарські товариства" та інших законодавчих актів України з метою отримання прибутку згідний з законодавством України. Підприємство є юридичною особою за законодавством України і керується статутом.

Покликана задовольнити попит споживачів торговельних послуг. Забезпечує споживачів широким та якісним вибором будівельних товарів.

До роботи залучається висококваліфікований персонал, орієнтується на індивідуальний підхід до кожного клієнта і неухильне виконання умов договору.

Підприємство має високі цілі та має завдання, такі як:

1. Розширення продукції на ринку з метою запобігти таку ж спробу конкурента.
2. Збільшення обсяги продажу.
3. Завоювання психологічного іміджу і позиції у споживачів.
4. Збільшення прибутку від продажу.
5. Обслуговування престижних споживачів.

В даний час підприємство знаходиться в постійному розвитку: відстежується ситуація на ринку, оперативно корегується діяльність. Все це дозволяє уникнути збитків і підтримує рентабельність підприємства на належному рівні.

Більша частина виручених коштів йде на розвиток діяльності. В даний час проводиться політика вдосконалення торгового процесу і поліпшення умов праці. ПП "Поло-Інвестбуд" приділяє особливу увагу поліпшенню якості обслуговування всіх категорій своїх клієнтів і вдосконалення систем продажу продукції будівельної промисловості.

Керівництво підприємства розробляє стратегії свого інтенсивного розвитку, тобто більш повно використовує існуючі ресурси та інші можливості для розвитку підприємства і підвищення ділової активності та ефективності його діяльності.

Основні завдання товарної політики ПП "Поло-Інвестбуд":

1. Визначення і задоволення запитів споживачів.
2. Використання технологічних знань і досвід самої фірми.
3. Оптимізація фінансових результатів.

Особливу увагу слід приділити професійній підготовці кадрів і діловим якостям керівників підприємства, що буде запорукою успішних продажів будівельних матеріалів. Необхідно при цьому розвиток консультаційного обслуговування у торговельних залах підприємства, так як в ході дослідження з'ясовано, що клієнтам легше прийняти рішення на підставі роз'яснень продавця-консультанта.

Проведений аналіз маркетингової діяльності підприємства, що досліджувався, дав змогу виявити недоліки у впроваджених маркетингових стратегіях та надав напрями розробок нових як маркетингових, так і загально-корпоративних стратегій з урахуванням тенденцій розвитку ринку будівельних матеріалів.

В цілому становище підприємства "Поло-Інвестбуд" на ринку є стабільним. Разом з тим, присутні і деякі ризики, серед яких основними є можливість появи на ринку нових конкурентів та можливість підвищення цін постачальників.

Для покращення фінансового стану ПП "Поло-Інвестбуд" потрібно звернути увагу на формування високоліквідних активів, структуру собівартості продукції, можливість вкласти кошти в інвестиційних проект, які можна отримати в результаті продажу акцій підприємства, а також в результаті продажу основних засобів, які не використовуються або використовуються на невелику потужність.

Потрібно звернути увагу на суму дебіторської заборгованості - на її зменшення, приділяти більше контролю за розрахунками покупців за продукцію та товари, адже розрахунково-платіжна дисципліна знаходиться на низькому рівні.

Для більш повного задоволення особистих і суспільних потреб, вирішення задачі підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції, що випускається, працівників підприємства потрібно поставити в такі умови, що будуть спонукувати їх нарощувати високоефективну техніку, поліпшувати використання виробничих ресурсів.



З повагою, Бондаренко Аліна !