Дипломна робота

на тему: «Управління якістю логістичних операцій на підприємстві

на прикладі ПП «Поло-Інвестбуд»

Виконала :
БОНДАРЕНКО Аліна Євгеніївна

Керівник:
д.е.н., професор СУМЕЦЬ Олександр Михайлович

Актуальність

Якість логістичних операцій залежить від успішного виконання і координації логістичних функцій, що відносяться до фізичного розподілу, забезпеченню виробництва та постачання, обраної схеми інтеграції логістичних операцій, обраної моделі управління запасами і фінансовими потоками, при цьому головним фактором успішної інтеграції є якісна структура функціонального циклу виконання замовлення

МЕТА РОБОТИ

Розкриття й поглиблення теоретичних основ та розроблення практичних рекомендацій, щодо якості логістичної операцій підприємства

ЗАВДАННЯ

- Розкрити сутність теоретичних аспектів управління якістю логістичних операцій на підприємстві
- Надати загальну техніко-економічну характеристику досліджуваного підприємства
- Здійснити аналіз якості зовнішньоекономічної діяльності ПП «Поло – Інвестбуд»
- Розробити напрямки оптимізації якісної системи управління підприємством
- Обґрунтувати ефективність циклу реалізації будівельної продукції підприємства
- Запропонувати напрями підвищення ефективності якості реалізації будівельної продукції
- Здійснити оцінку економічної ефективності впровадження системи управління якістю

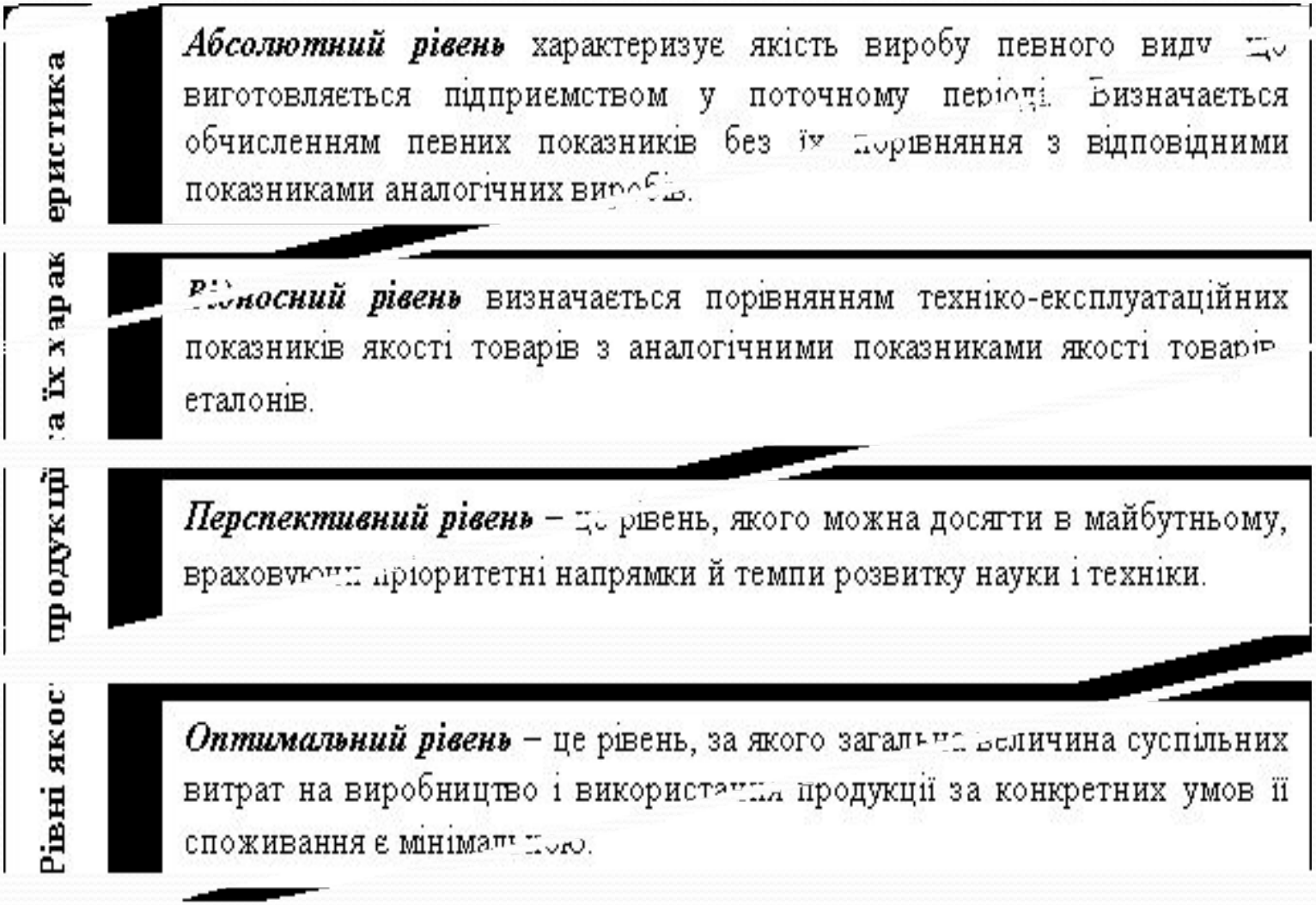
Об’єкт дослідження - управління якістю логістичних операцій приватного підприємства ПП " Поло-Інвестбуд ".

Предмет дослідження - сукупність теоретичних та науково-методологічних положень стосовно управління якістю логістичних операцій діяльності підприємства

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.



Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції

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

Якість => Задоволеність споживача => Цінність / Вартість

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

Загальні показники якості

- призначення
- надійності
- екологічності
- ергономічності
- технологічності
- безпеки застосування
- естетичності
- сертифікації
- стандартизації і уніфікації
- патентно-правові

Показники якості послуг

- надійність
- гарантія
- доступність
- взаємозв'язок
- чуйність
- ввічливість
- наявність симпатій
- відчутність

Петля якості

Організаційна структура управління ПП «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

Види діяльності ПП «Поло-Інвестбуд»

- різання, оброблення та оздоблення каменю
- будівництво споруд
- електромонтажні роботи
- монтаж водопровідних мереж, систем опалення
- інші будівельно-монтажні роботи
- штукатурні роботи
- покриття підлоги й облицювання стін
- інші робота із завершення будівництва

- оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно- технічним обладнанням.
- транспортне оброблення вантажів
- надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
- діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії
- надання послуг технічного консультування в цих сферах
- неспеціалізована оптова торгівля
- покрівельні роботи

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 ПП «Поло-Інвестбуд»

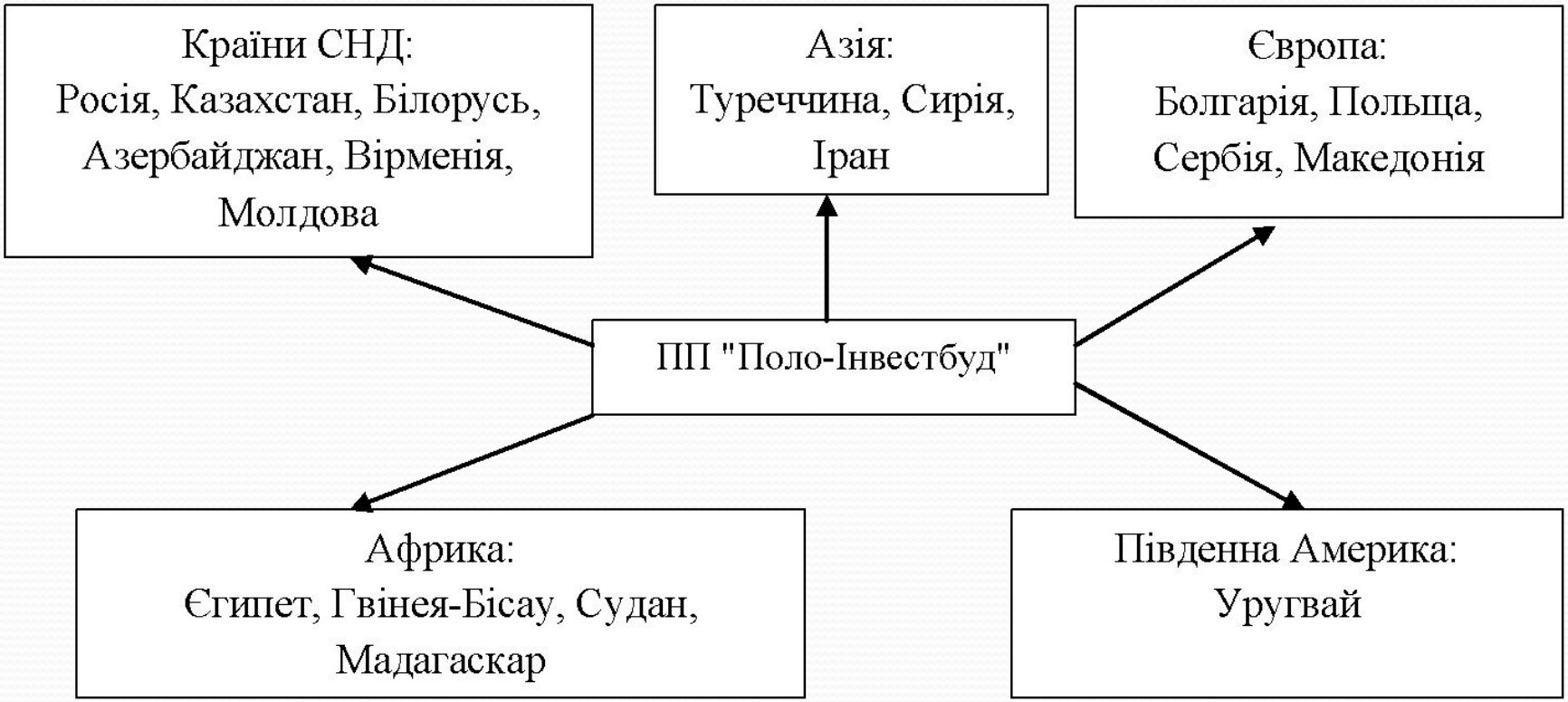
Назва посади	Кількість	Назва посади	Кількість	Назва посади	Кількість
Директор підприємства	1	Заступник директора з постачання	1	Майстер будівельних та монтажних робіт	4
Директор з будівництва	1	Економіст із збуту	1	Виконавець робіт	1
Головний бухгалтер	1	Менеджер з реклами	1	Механік	1
Бухгалтер	5	Менеджер зі 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

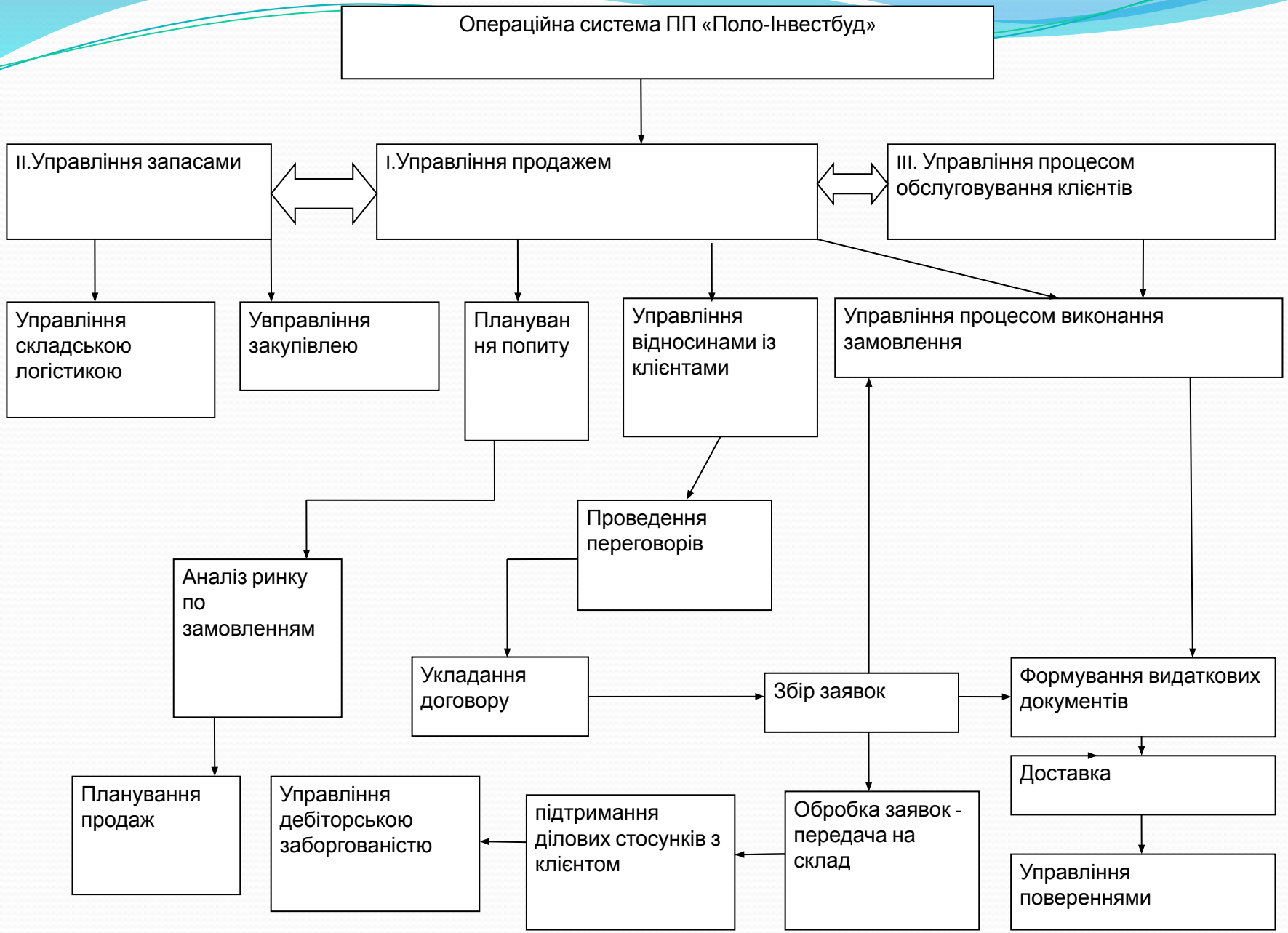
Характеристика якісного складу кадрів за 2019-2020рр.

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

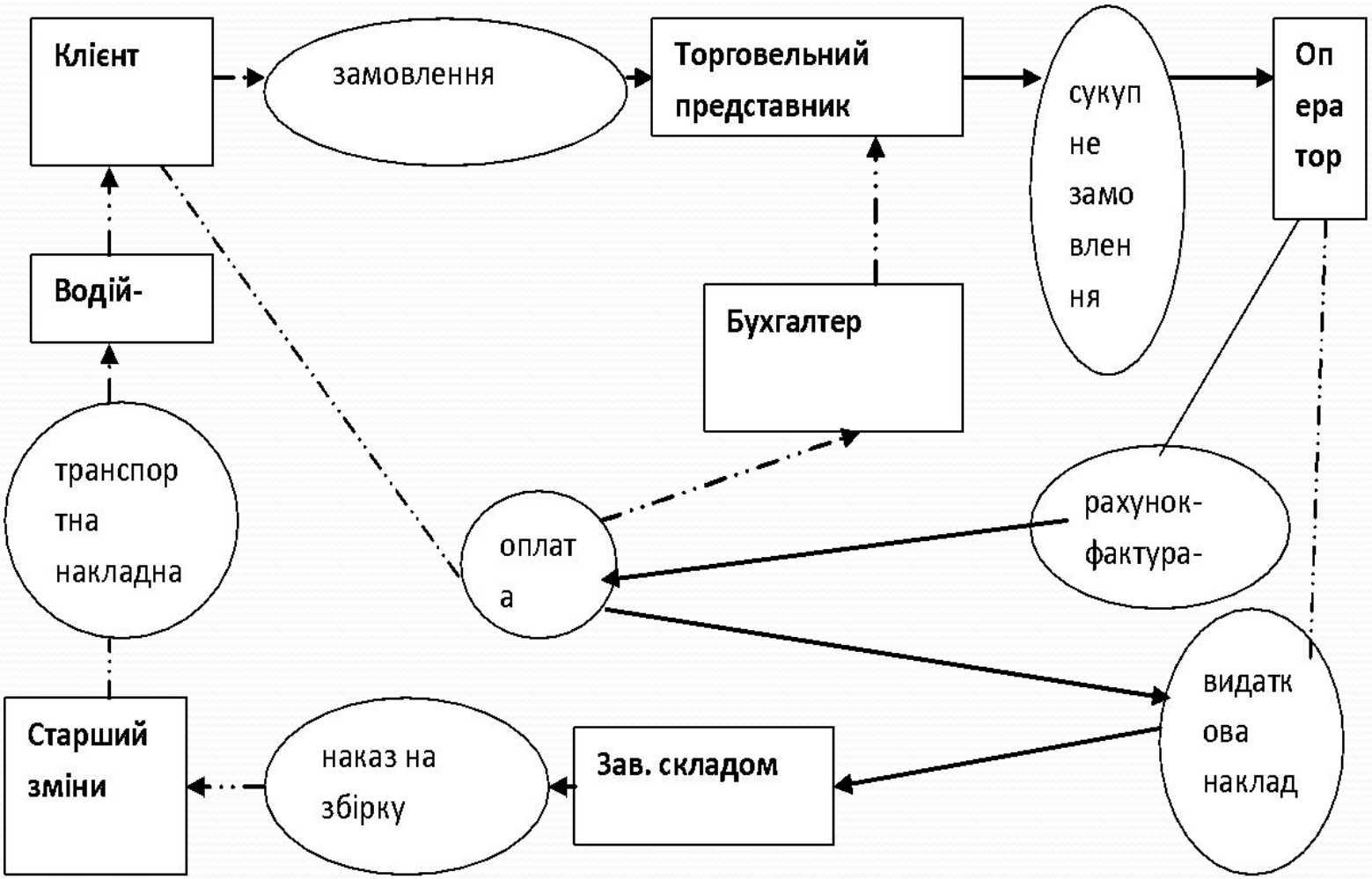
Зовнішні фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність ПП "Поло-Інвестбуд"

Основні ринки збуту ПП "Поло-Інвестбуд




Операційна система ПП «Поло-Інвестбуд»
II.Управління запасами
I.Управління продажем
III. Управління процесом обслуговування клієнтів
Управління складською логістикою
Увправління закупівлею
Плануван ня попиту
Управління відносинами із клієнтами
Управління процесом виконання замовлення
Проведення переговорів
Аналіз ринку по замовленням
Укладання договору
Збір заявок
Формування видаткових документів
Доставка
Планування продаж
Управління дебіторською заборгованістю
підтримання ділових стосунків з клієнтом
Обробка заявок - передача на склад
Управління повереннями

Процес виконання замовлення



SWOT-аналіз конкурентних переваг

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

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, ТехноНІКОЛЬ, 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 підприємства

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 знадобіться в найближчому майбутньому, де можна придбати товар.

вимірювальний передбачає використання під час оцінки якості продукції технічних способів контролю
реєстраційний базується на спостереженні та підрахунку кількості предметів, випадків
органолептичний передбачає аналіз сприймань органами чуття людей споживчих властивостей товарів
розрахунковий використовується під час визначення показників якості новостворених виробів
залежно від способу одержання інформації
Методи оцінки якості продукції
залежно від джерела інформації
традиційний (оцінка якості продукції в спеціалізованих підрозділах);
експертний (використовується для оцінки естетичних показників якості);
соціальний (базується на визначенні якості продукції на основі вивчення думки споживачів про неї).

Шляхи поліпшення якості
Технічні
Організаційні
Соціально-економічні
постійне вдосконалення проектування, техніко-технологічної бази підприємства, поліпшення стандартизації
запровадження сучасних форм організації виробництва та управління ним; удосконалення методів технічного контролю та розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції; розширення прямих господарських зв'язків вивчення та запровадження позитивного досвіду в галузі проектування та виготовлення високоякісних виробів
система прогнозування та планування якості продукції, достатньо потужна мотивацію праці, активізацію людського чинника, проведення правильної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності

Система менеджменту (стандарт ІСО 9001)

Чинники:

- кваліфікація і професійність працівників відділу контролю
- стан обладнання і технологічного процесу

"Бренд року 2019"

ТелеграфЪ ПРИВАТНА газета

номинация

«СТРОИТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ»

Кременчужане отметили 25 брендов

5 лидеров

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

Висновки :

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

2. 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.

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

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

5. 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.

Висновки :

6. 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.

7. 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.

8. 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.

9. 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.

Висновки :

10. 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.

11. 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.

12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. 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.

А[illegible]!

З повагою, Бондаренко Аліна !