

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и
экономическая безопасность»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Организация и разработка системы управления предприятия по
производству и реализации кирпича ручной формовки»

Студент группы 173ЭМ51
(номер группы)

Руководитель Д.Э.Н., профессор
(должность)

кафедры «МиЭБ» ФГБОУ ВО «ПГУ»
(наименование организации)

Нормоконтролер ст.преподаватель
(должность)

кафедры «МиЭБ» ФГБОУ ВО «ПГУ»
(наименование организации)

Голубкова Екатерина
(подпись, дата)

Витальевна
(ф.и.о. полностью)

Бахтеев Ю.Д.
(подпись, дата)

Бахтеев Ю.Д.
(фамилия, инициалы)

Шурупова Т.Я.
(подпись, дата)

Шурупова Т.Я.
(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 31.08.22 № 1)

Заведующий кафедрой

Тактарова С.В.
(подпись, дата)

Тактарова С.В.
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой хорошо (протокол ГЭК от 16.09.22 № 2)

Секретарь ГЭК

Шурупова Т.Я.
(подпись, дата)

Шурупова Т.Я.
(фамилия, инициалы)

Пенза 2022

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

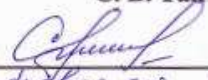
Институт
экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и
экономическая безопасность»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации»

«УТВЕРЖДАЮ»
Зав. кафедрой «Менеджмент и
экономическая безопасность»
С. В. Тактарова


«25» февраля 2022 г.

ЗАДАНИЕ

на бакалаврскую работу студента

Голубковой Екатерины Витальевны

(фамилия, имя, отчество)

Тема работы Организация и разработка системы предприятия по производству и реализации кирпича ручной формовки

1. Утверждена приказом по ФГБОУ ВО «ПГУ» № 125/0 от «25» февраля 2022 г.
2. Срок сдачи студентом законченной работы 02.09.2022
3. Основные источники, необходимые для написания работы: нормативные и правовые акты, научная литература и периодические издания по теме выпускной квалификационной работы и материалы, собранные в ходе прохождения практики.
4. Перечень подлежащих разработке вопросов: провести маркетинговые исследования рынка кирпича ручной формовки, представить характеристики продукции и технологию ее производства, определить организационную структуру управления фирмы, определить базовые стратегии организации, дать экономическое обоснование проектному решению.
5. Работа иллюстрируется презентацией материалов, созданной с использованием приложения PowerPoint. Регламент доклада с презентацией материалов составляет 5-7 минут.

6. Дата выдачи задания 25.02.2022

Руководитель



(подпись)

Задание принято к исполнению

25.02.22 

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РАЗРАБОТКИ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование разделов	Объем работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1	Введение	5%	05.05 – 08.05	
2	Маркетинговые исследования рынка	30%	10.05 – 19.05	
3	Технико-технологическое обоснование проекта	30%	20.05 – 26.05	
4	Формирование системы эффективного управления предприятием	30%	27.05 – 04.06	
5	Заключение	5%	05.06 – 06.06	

Руководитель д.э.н., профессор  Бахтеев Ю. Д.

РЕФЕРАТ

Пояснительная записка состоит из 70 страниц, 30 рисунков, 21 таблицы, 40 источников, 2 приложений. Графическая часть – 12 слайдов.

АНАЛИЗ РЫНКА КИРПИЧА РУЧНОЙ ФОРМОВКИ. ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КИРПИЧА РУЧНОЙ ФОРМОВКИ. ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА КИРПИЧА РУЧНОЙ ФОРМОВКИ. ЛОГИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ. СТРАТЕГИИ КИРПИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРЕДЛАГАЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ.

Целью бакалаврской работы является организация и разработка системы предприятия по производству и реализации кирпича ручной формовки и обоснования ее эффективности для перспектив развития.

Объектом исследования является комплекс по разработке мероприятий по организации предприятия по производству кирпича ручной формовки.

Предметом исследования являются мероприятия по организации предприятия по производству кирпича ручной формовки

В рамках бакалаврской работы проведены маркетинговые исследования конкурентов и потребителей; разработаны мероприятия по подготовке производства; сформирована система управления предприятием; оценены конкурентные позиции предприятия и продукта; проведен финансовый анализ инвестиций и результатов запланированных мероприятий.

Расчет эффективности инвестиций показал, что проект окупается в течении 33 месяцев.

Бакалаврская работа имеет высокую степень детализации, поэтому разработанные решения могут быть использованы в производственно-коммерческой деятельности реально создаваемого предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА.....	5
1.1 Анализ рынка.....	5
1.2 Оценка конкурентов и конкурентных преимуществ	9
1.3 Анализ потребителей	15
2 ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ	21
2.1 Характеристика производимой продукции	21
2.2 Технология производства продукции	27
2.3 Логистика производственных и распределительных процессов.....	33
3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	37
3.1 Построение организационной структуры управления предприятием и управления персоналом	37
3.2 Формирование стратегий организации	45
3.3 Управление качеством организации	51
3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	63
Приложение А	68
Приложение Б	69
Приложение В.....	71

ВВЕДЕНИЕ

Кирпич является одним из самых популярных позиций на рынке строительных материалов. Его применяют в построении частных домов и служебных помещений, заборов и складских построек, фундаментов и колонн, каминов и печей.

Растущие объемы строительства предполагают все большее его потребление экономикой. Так как с каждым годом формируется устойчивая потребность у населения не только в приобретении квартир в массовой жилищной застройке, но и на строительство или приобретение индивидуального жилья. В городах развивается тенденция на создание коттеджных поселков вдали от городской суеты, где возводят частные дома с просторными дворами, парковками и обилием зелени вокруг. И для этих домов используется кирпич.

Кирпич является уникальным материалом, который сочетает в себе высокую прочность и хорошие тепло и шумоизоляционные характеристики. Более того, он также является простым в работе и эксплуатации, экологичным, огнестойким, сейсмоустойчивым, долговечным, не дающим усадки. Все строения, которые выполнены из кирпича не нуждаются в каком-либо особом обслуживании и контроле.

Все эти факторы способствуют тому, что производители кирпича стремятся расширять ассортимент данной продукции, искать новые направления, которые заинтересуют потребителя и помогут выделиться среди конкурентов.

С учетом вышеизложенной информации планируется организация предприятия, основным направлением деятельности которого является производство кирпича ручной формовки.

Целью бакалаврской работы является организация и разработка системы предприятия по производству и реализации кирпича ручной формовки и обоснования ее эффективности для перспектив развития.

Объектом исследования является комплекс по разработке мероприятий по организации предприятия по производству кирпича ручной формовки

Предметом исследования является деятельность производственного предприятия ООО «Петровский кирпич».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить рынок производства и реализации кирпича ручной формовки;
- изучить технологию производства кирпича ручной формовки;
- разработать миссию и систему стратегических целей деятельности предприятия;
- разработать стратегию функционирования и развития предприятия;
- разработать сбытовую политику;
- рассчитать бизнес-план инвестиционного проекта.

Теоретической и методологической основой исследования послужили законодательные и нормативные акты Российской Федерации научные труды Российских и зарубежных ученых, освещающие различные аспекты предпринимательских структур, теории управления, в том числе управления инновационными проектами.

Исследование проводилось с использованием системного подхода к изучению процессов и явлений. В качестве инструментария использовались приемы анализа и синтеза, методы сравнения, аналогий, обобщения и др.

Информационная база сформирована на основе официальных данных Росстата, нормативно-справочного материала, а также материалов, опубликованных в научной литературе, периодической печати и сети Интернет.

1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

1.1 Анализ рынка

Кирпич является одним из самых древних традиционных строительных материалов. И сейчас он используется не только в строительстве, но и может выполнять декоративную функцию в интерьерах. Поэтому производители постоянно усовершенствуют его, предлагая разнообразие текстур, фактур, декоративных возможностей.

Одним из видов таких кирпичей является кирпич ручной формовки. Его используют и для облицовки фасада зданий, и для кладки печей, каминов, и для создания декоративных элементов в экстерьере или интерьере.

По оценкам BusinesStat, продажи кирпича ручной формовки в России в 2016-2020 гг выросли на 38,1% до 34,5 млн. шт. Единственное снижение продаж за период наблюдалось в 2020 году – на 1,0% к уровню предыдущего года, и было вызвано негативными экономическими последствиями пандемии коронавирусной инфекции и волатильности нефтяных котировок, такие как снижение располагаемых доходов населения, рост безработицы и инфляции [1].

За последнее десятилетие на российском рынке кирпича ручной формовки произошли важные изменения. Если ранее кирпичи ручной формовки были представлены исключительно европейскими производителями, то после 2015 года на рынке в большом объеме начала появляться российская продукция, прежде всего. В результате в 2016-2019 гг на рынке происходило импортозамещение, российские производители расширяли дилерские сети и активно предлагали собственную продукцию, обладающую рядом преимуществ по сравнению с импортной: низкая цена, отсутствие прямой зависимости от курса валют, удобная и недорогая логистика.

В период самоизоляции многие россияне активно занимались капитальным строительством и ремонтом. В условиях экономической нестабильности часть населения предпочла инвестировать собственные средства, которые в том числе были отложены на отпуск, в недвижимость. Кроме того, действующие программы льготной ипотеки и материнского капитала стимулировали спрос на жилье, что положительно сказалось на рынке кирпича ручной формовки. В результате эти положительные для рынка факторы сдержали продажи от более существенного падения.

Компания CMPRO провела исследование рынка кирпича в России и выяснила, что в августе 2021 года производство кирпича в РФ увеличилось к августу 2020 года на 3,3% и составило 684 млн. усл. кирпичей. Отгрузка кирпича с производств в августе 2021 года в РФ увеличилась к августу 2020 года на 1,7% до 732 млн. усл. кирпичей. Увеличение потребления кирпича в августе 2021 года к августу 2020 года увеличился на 1,0% до 739 млн. усл. кирпичей. (рисунок 1.1).

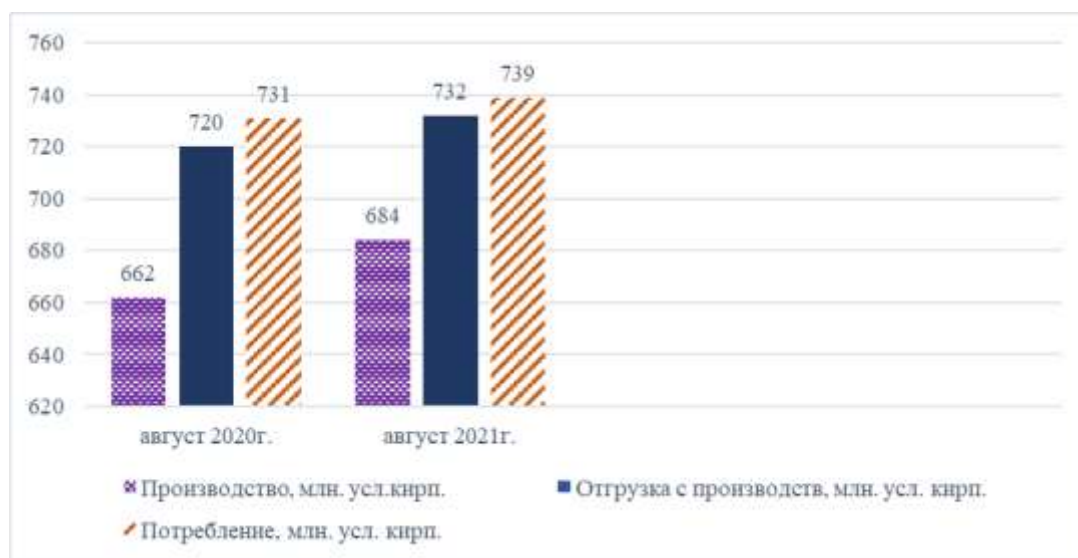


Рисунок 1.1 – Анализ рынка кирпича в России

Объем рынка кирпича в РФ в стоимостном выражении в августе 2021 года увеличился на 19,2% к соответствующему месяцу прошлого года до 8,8 млрд. руб. (рисунок 1.2).

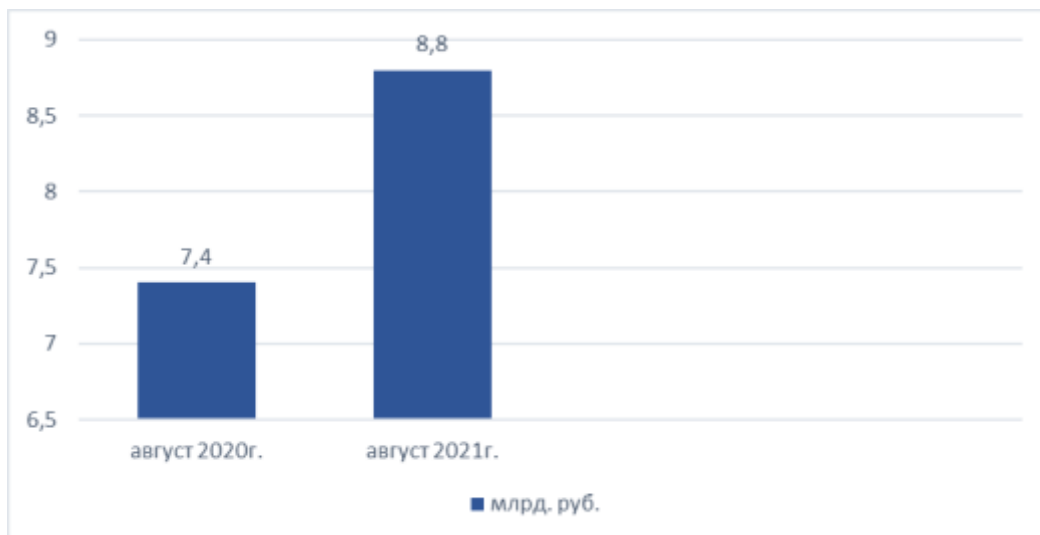


Рисунок 1.2 – Объем рынка кирпича в РФ

Если рассматривать структуру рынка кирпича по видам продукции, то тут преобладает керамический кирпич (рисунок 1.3).

Керамический кирпич – это кирпич, который получают путем формовки, прессования и обжига легкоплавких глиняных масс.

Кирпич ручной формовки – это вид керамического кирпича.

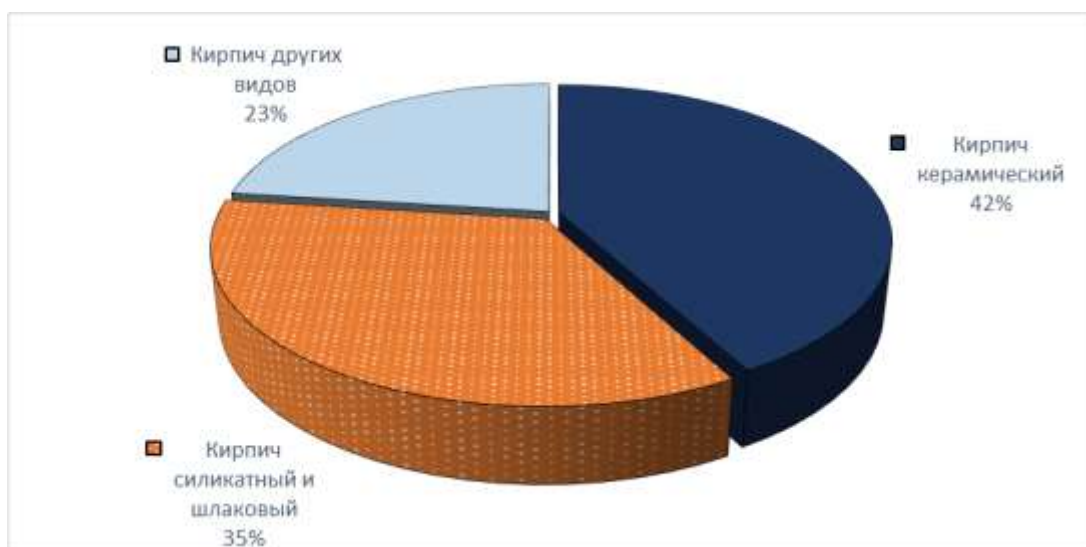


Рисунок 1.3 – Структура рынка кирпича по видам продукции

Основными производителями кирпича ручной формовки на территории России являются «Богатинский кирпич», «Голицынский кирпич», «ОСТ-клинкер», «Faber Jar».

Практически все производители предлагают своим клиентам широкий ассортимент кирпича ручной формовки, имеют прочную материально-техническую базу, качественное оборудование. Поэтому, можно заявить о том, что отечественные производители поставляют на рынок кирпич ручной формовки надлежащего качества.

Следует отметить производство керамического кирпича по федеральным округам. Доля Приволжского федерального округа в 2021 году составила – 29,3%, Центрального федерального округа - 25,7%, Южного федерального округа – 13,5%, Сибирского федерального округа – 10%. Оставшуюся долю делят Уральский, Северо-западный, Северо-кавказский, Дальневосточный округа.

Такое локальное распределение производства кирпича в стране обуславливается издержками на транспортировку продукции и стройматериалов, которая перестает быть рентабельной при расстояниях более чем 800-1000 км.

Таким образом, можно сделать однозначный вывод, что рынок производства кирпича сильно привязан к конкретным строительным проектам и программам региона, его промышленному развитию.

Рынок кирпича зарубежного производства до введения ограничений на экспорт на территорию РФ был представлен в основном бельгийскими и голландскими фирмами: «Nelissen», «Heylen Briks», «Terca». Качество их продукции на высоком уровне, в ассортименте множество форматов кирпича.

На данный момент политическая и экономическая ситуация в стране такая, что сотрудничество с западными странами невозможно. Из-за повышения цен, либо прекращения поставок потребители ищут и выбирают отечественные аналоги.

Так же играет свою роль масштабная государственная компания по импортозамещению, поэтому позиции российских производителей значительно усиливаются.

Прежде чем, определить бизнес-концепцию, необходимо установить то, на какой рынок будет ориентирован продукт деятельности бизнеса. Выбор и определение целевой аудитории – это главная задача компании, от которой зависит стратегия продвижения продукта или услуги.

Под целевой аудиторией понимают совокупность реальных и потенциальных клиентов, заинтересованных в товаре/услуге и готовых изменить свои предпочтения в пользу конкретного товара/услуги под воздействием маркетинговых мероприятий, которые объединены общими характеристиками и критериями сегментирования [2; С.13].

В качестве критериев сегментирования могут выделяться следующие критерии: социально-демографические (пол, возраст), географические (регион, область), поведенческие и т.д.

Целевой рынок кирпича достаточно крупный. Потребителями могут быть единичные покупатели, строительные компании, оптовые предприятия.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что деятельность по производству кирпича ручной формовки является перспективной.

1.2 Оценка конкурентов и конкурентных преимуществ

В любой сфере бизнеса необходимо проводить анализ конкурентов, так как без этого невозможно развитие. Исследование конкурентов должно быть непрерывным и отражать не только текущее состояние дел, но и складывающиеся тенденции.

Трендовый анализ данных, полученный в результате таких исследований, компания должна использовать для прогнозирования

изменений в конкурентной среде и заблаговременно планировать ответные ходы на возможные неблагоприятные изменения ситуации [3; С.6].

Прежде чем рассматривать конкурентов, необходимо оценить конкурентную среду (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Оценка конкурентной среды

Элемент конкурентной среды	Характеристика
Напряженность конкурентной борьбы	Важнейшими качествами для потребителя при выборе поставщика остаются цена и качество. Особенно это важно сейчас – в условиях роста цен на строительные материалы.
Угроза выхода на рынок новых предприятий	Организация предприятия по производству кирпича ручной формовки требует серьезных финансовых вложений, барьеры входа в отрасль достаточно низкие.
Степень влияния поставщиков	Поставщиков кирпича ручной формовки не так много, поэтому их степень влияния низкая. Есть возможность найти своего потребителя.
Степени влияния покупателей	Степени влияния покупателей высокая. Потребителю необходим широкий ассортимент по приемлемой цене.

Рынок кирпича ручной формовки до прекращения поставок в РФ состоял из импортной и отечественной продукции. Сейчас политическая и экономическая ситуация в стране такая, что сотрудничество с западными странами невозможно. Поэтому позиции российских производителей значительно усиливаются.

Основной объем производства кирпича ручной формовки в России приходится на несколько предприятий: «Богадинский кирпич», «ОСТ-клинкер», «Faber Jar», «Донские зори», «Варениковский завод».

Структура предложения на российском рынке кирпича ручной формовки представлена на рисунке 1.4.

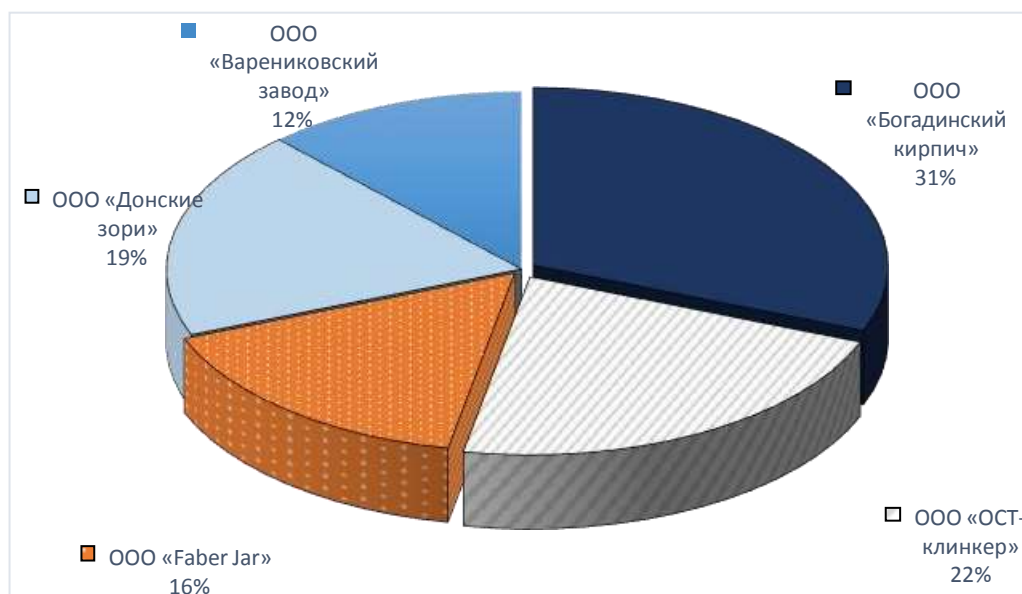


Рисунок 1.4 – Структура предложения на российском рынке кирпича ручной формовки, %

Компании, с которыми вновь создаваемое предприятие будет осуществлять конкурентную борьбу, представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Основные конкуренты на рынке кирпича ручной формовки

Наименование предприятия	Основные характеристики
1	2
ООО «Богадинский кирпич»	Производитель кирпича ручной формовки, который находится в Тюмени. В ассортименте насчитывается 26 видов кирпича ручной формовки, который производит с 2016 года. Имеет свой интернет-магазин и одно представительство в г. Москва. Для своего продвижения

1	2
	компания использует наружную рекламу и рекламу в СМИ. Доставку кирпича осуществляет в срок 2-10 дней, который может продлеваться, если товар будет под заказ, а не в наличии.
ООО «ОСТ-клинкер»	Производитель кирпича ручной формовки, который находится в Республике Мордовия. В ассортименте производителя насчитывается 14 видов кирпича ручной формовки, а также несколько видов керамического кирпича. Компания имеет 27 представительств по России. Для своего продвижения компания использует наружную рекламу в городах-представителях продукции и СМИ (газеты и журналы), интернет-рекламу (контекстную и таргетированную). Доставку кирпича осуществляет в срок 2-10 дней.
ООО «Faber Jar»	Предприятие имеет небольшой ассортимент продукции и насчитывает всего 5 видов кирпича ручной формовки. Работает с 2019 года. Имеет свой интернет-магазин, а также реализует свою продукцию у магазинов-партнеров. Находится в Ленинградской области.
ООО «Донские зори»	Крупный производитель кирпича, который находится в Ростовской области. В ассортименте насчитывается 42 вида кирпича ручной формовки, а также другие формы кирпича. Имеет свой интернет-магазин. Есть специальные условия для крупных оптовых покупателей. Доставка в любой регион РФ.
ООО «Варениковский завод»	Производитель кирпича, который находится в Краснодарском крае. В ассортименте насчитывается 8 видов кирпича ручной формовки, а также у производителя есть базы в трех городах. Работает с оптовыми и розничными покупателями. Имеет свой интернет-магазин.

В соответствии со схемой конкурентного анализа определены конкурентные преимущества и отставания ООО «Петровский кирпич» по отношению к конкурентам. Экспертная оценка факторов конкурентоспособности производится по 10-балльной шкале. Учитывая особенности маркетинга продукции и специфику данного бизнеса, были выбраны следующие параметры оценки: товар, цена, каналы сбыта, продвижение товаров на рынках.

Для каждой конкурентной позиции указан ранг нашей организации и ранг конкурента от 1 до 5 (1-наихудший, 5-наилучший). Выставляемая оценка целиком зависит от личного восприятия позиции автором исследования. Таблица по результатам исследования представлена ниже.

Таблица 1.3 – Оценка конкурентных преимуществ планируемой к производству продукции по сравнению с основными конкурентами

Факторы конкурентоспособности	ООО «Петровский кирпич»	Главные конкуренты				
		ООО «Богатинский кирпич»	ООО «ОСТ-клинкер»	ООО «Faber Jar»	ООО «Донские зори»	ООО «Варениковский завод строительных материалов»
1	2	3	4	5	6	7
1. ТОВАР						
1.1 Качество	5	4	5	5	4	4
1.2 Техничко-экономические показатели	4	3	4	4	4	4
1.3 Потребительские показатели	5	4	4	4	3	3
1.4 Престиж торговой марки	4	3	5	5	5	4
1.5 Уникальность	4	3	4	5	4	4
1.6 Надежность	5	4	5	4	4	4
1.7 Соответствие установленным стандартам	5	4	4	5	4	4

Продолжение таблицы 1.3

1	2	3	4	5	6	7
1.8 Упаковка	4	3	4	5	4	4
2. ЦЕНА						
2.1 Продажная	4	3	4	4	4	3
2.2 Процент скидки с цены	4	4	3	4	4	4
2.3 Рассрочка платежа (сроки)	4	3	4	4	5	3
3. КАНАЛЫ СБЫТА						
3.1 Формы сбыта:						
- прямая доставка	4	3	4	5	4	3
- торговые предприятия	3	4	4	4	5	4
- торговые агенты	3	3	3	5	4	3
- оптовые посредники	3	3	4	5	4	4
- дилеры	3	3	4	4	4	4
3.2 Система транспортировки	4	3	5	5	5	4
3.3 Размещение складских помещений	4	4	4	4	4	3
3.4 Система контроля запасов	4	3	5	4	4	4
4. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ НА РЫНКАХ						
4.1 Степень охвата рынка	3	5	4	3	4	3
4.2 Реклама:						
- для покупателей	3	4	4	4	5	4
- для торговых посредников	4	5	4	4	5	4
4.3 Индивидуальная продажа:						
- стимулирование покупателей	3	4	3	4	4	3
- показ образцов товаров	4	4	3	5	4	3
- подготовка персонала сбытовых служб	4	4	4	5	4	4
4.4 Продвижение товаров по каналам сбыта:						
- продажа на конкурсной основе	3	4	4	3	4	4
- премии торговым посредникам	4	5	4	4	5	3
4.5 Продвижение товаров через средства массовой информации	3	4	4	3	5	4
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ	103	103	113	125	119	102

Анализ конкурентных преимуществ показал, что основные слабые стороны ООО «Петровский кирпич» связаны с неизвестностью компании на рынке, а также отсутствием какого-либо имиджа. Однако у предприятия есть явные преимущества, позволяющие создавать предпосылки для установления

лидирующего положения на рынке – это высокое качество продукции, оптимальная цена, маркетинговая стратегия продвижения.

Для стимулирования сбыта производителями кирпича ручной формовки используются такие методы, как:

- скидки оптовым покупателям;
- предоставление кредита в форме рассрочки;
- участие в международных выставках строительных материалов, например MosBuild;
- экскурсии на предприятия-изготовители;
- свободная демонстрация и проверка продукта в точке сбыта;
- предоставление бесплатных образцов продукции;
- распространение информации со скидками, новинками, специальными предложениями путем рассылок по электронной почте, контекстной рекламе в сети Интернет, средствах массовой информации, рекламы в точках сбыта;
- сообщение о возможности получения покупателем своих денежных средств обратно в случае непредвиденных ситуаций.

В результате активной маркетинговой деятельности предприятие предполагает завоевать 5% Российского рынка кирпича ручной формовки. Цена кирпича будет составлять от 38р./шт.

1.3 Анализ потребителей

У каждого потребителя имеются свои индивидуальные особенности, характерные для поведения потребителей определенных групп.

Приобретение товара или использование услуги является действием, в основе которого лежат различные побудительные мотивы, которые опираются на всевозможные факторы. Исследование и изучение мотиваций, а также типов потребительского поведения очень важны и необходимы для понимания управления со стороны продавца.

Для целей и задач маркетинга очень важно определить наиболее существенные, крупные целевые группы потребителей, различающиеся между собой основными признаками, но имеющие внутригрупповое сходство по существенным признакам потребления и потребительского поведения при покупке товара или услуги [4; С.6].

Потребителями на рынке кирпича ручной формовки выступают: индивидуальный потребитель, использующие кирпич для частного строительства; строительные предприятия (малые и крупные) и посредники.

Доли сегментов потребления на рынке кирпича ручной формовки представлены на рисунке 1.5.

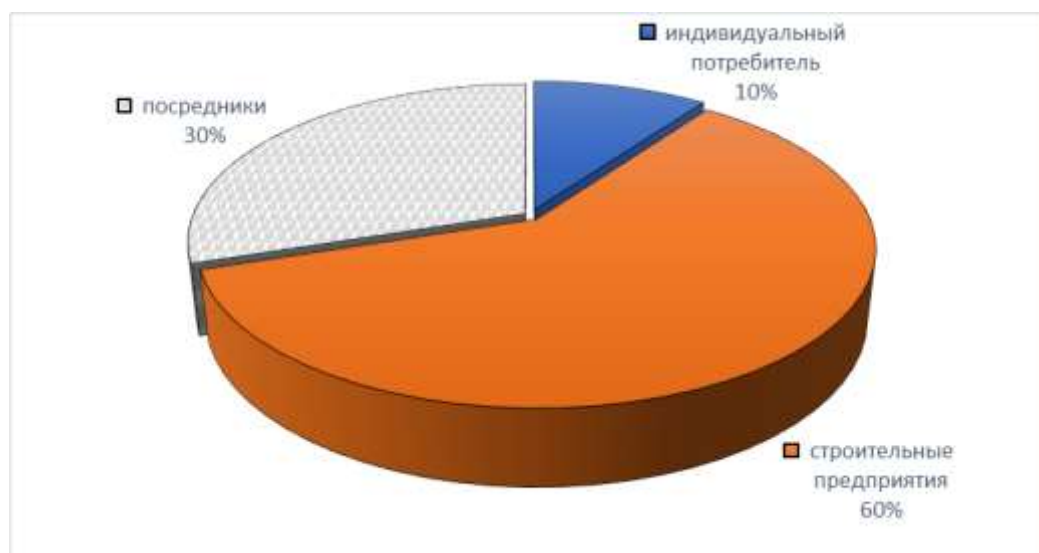


Рисунок 1.5 - Доли сегментов потребления на рынке кирпича ручной формовки

Также приведем анализ потребителей по половым и возрастным признакам (рисунок.1.6, рисунок. 1.7).

Основную долю рынка составляют мужчины – 81%, меньшую ее часть женщины – 19%. Это связано с тем, что сферой строительства и ремонта занимаются в основном мужчины. Возраст потребителей составляет от 25 до 45 лет.

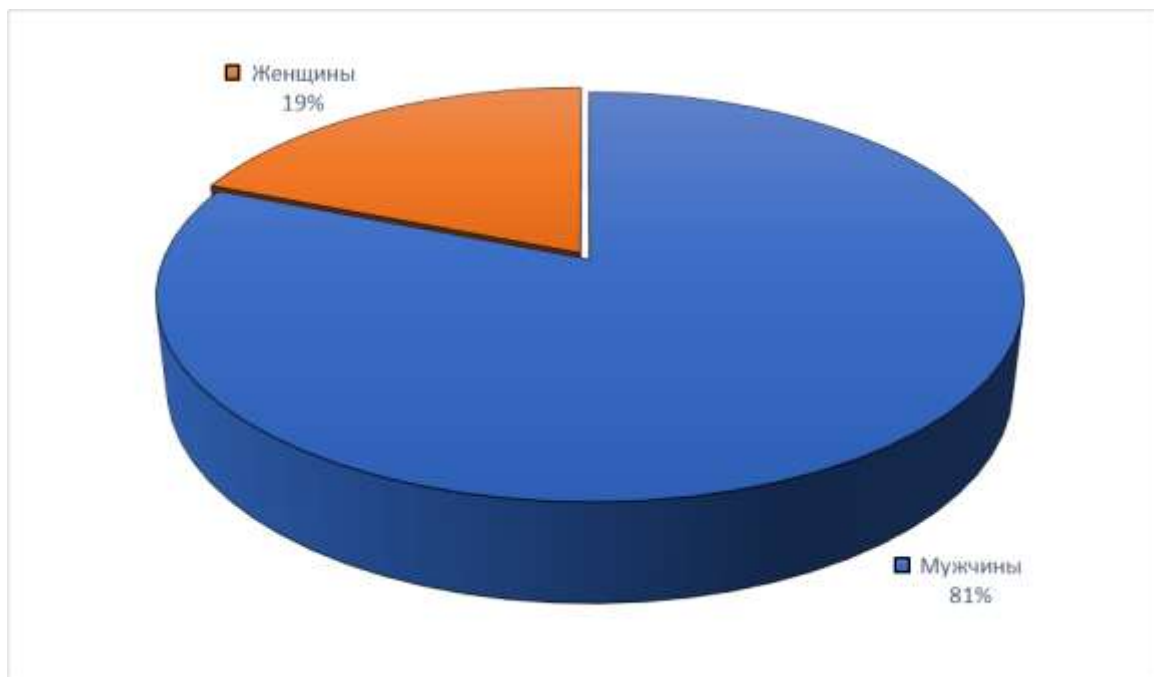


Рисунок 1.6 – Доли сегментов потребления на рынке кирпича по половому признаку

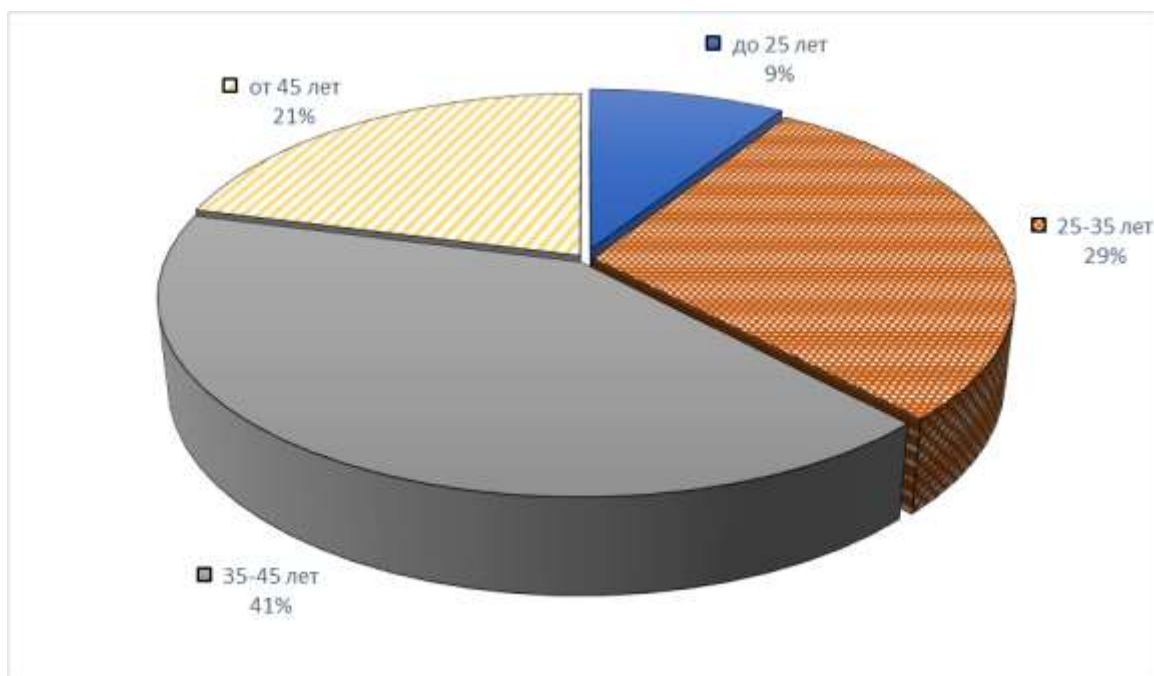


Рисунок 1.7 – Доли сегментов потребления на рынке кирпича по возрастному признаку

В реализации кирпича наблюдается высокая активность в летние месяцы и начале осени. Наиболее сильно подвержен колебаниям спрос индивидуальных застройщиков. Сезонность спроса крупных строительных организаций носит слабовыраженный характер.

Критерии выбора производимой продукции могут различаться в зависимости от типа потребителя.

Индивидуальный потребитель, который приобретает продукцию для частного строительства, больше уделяет внимание на дизайн кирпича, цену, качество исполнения.

Строительные компании уделяют большое внимание техническим характеристикам продукции – прочность на сжатие, водопоглощение, морозостойкость.

Соотношение критериев выбора производимой продукции представлены на рисунках 1.8 и 1.9

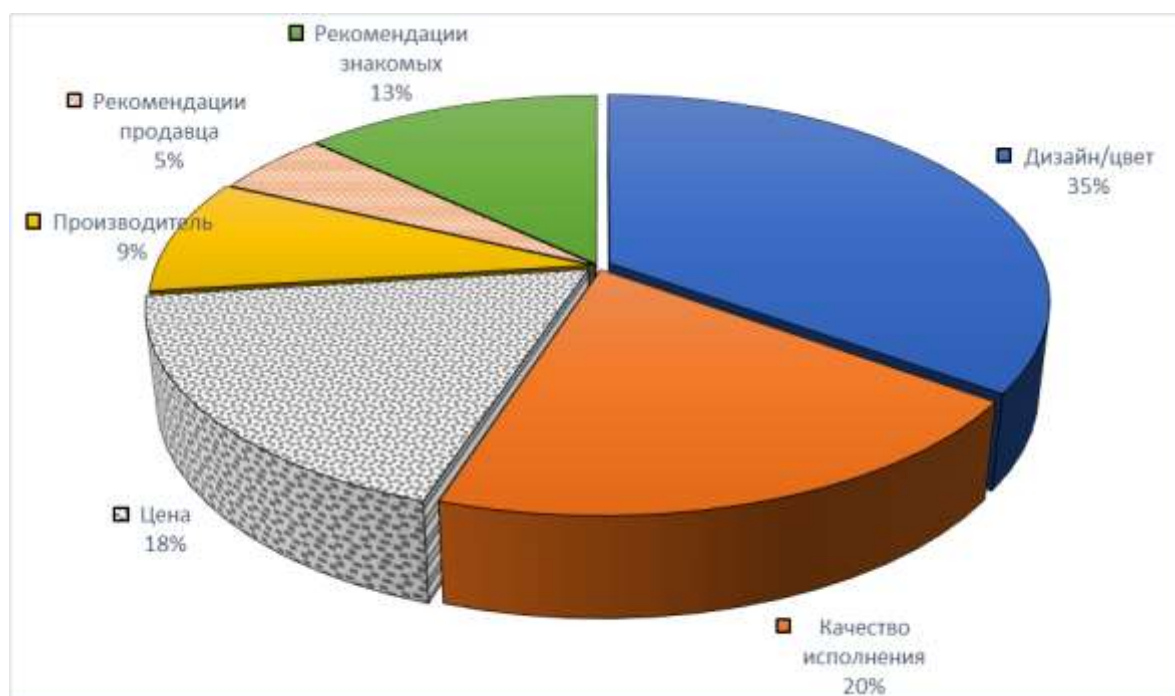


Рисунок 1.8 – Критерии выбора кирпича индивидуальными потребителями

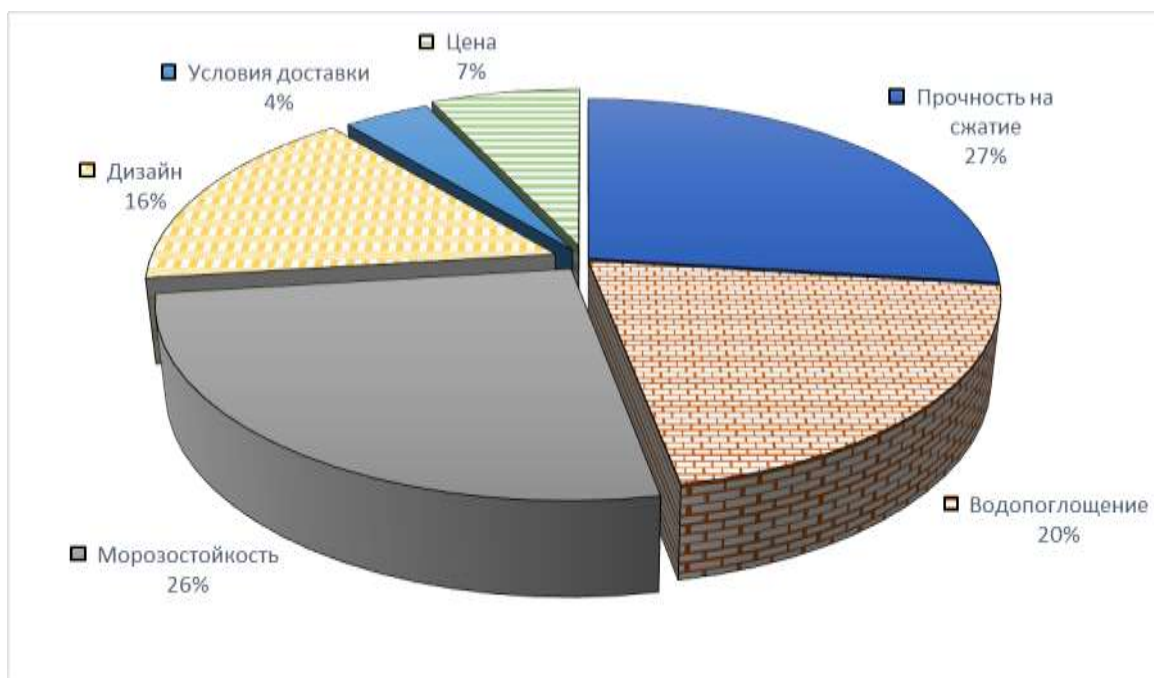


Рисунок 1.9 – Критерии выбора кирпича строительными компаниями

Чтобы потребитель, узнал о производимой продукции, планируется привлекать ее, используя следующие рекламные инструменты:

- Онлайн-продвижение – создание собственного сайта, создание страниц в социальных сетях (ВКонтакте, YouTube) и картах города (Яндекс.Карты, 2GIS), статьи о компании на тематических сайтах, контекстная реклама, таргетированная реклама.

- Оффлайн-продвижение – участие в выставках, наружная и печатная реклама.

Соотношение источников получения информации о продуктах представлена на рисунке ниже.

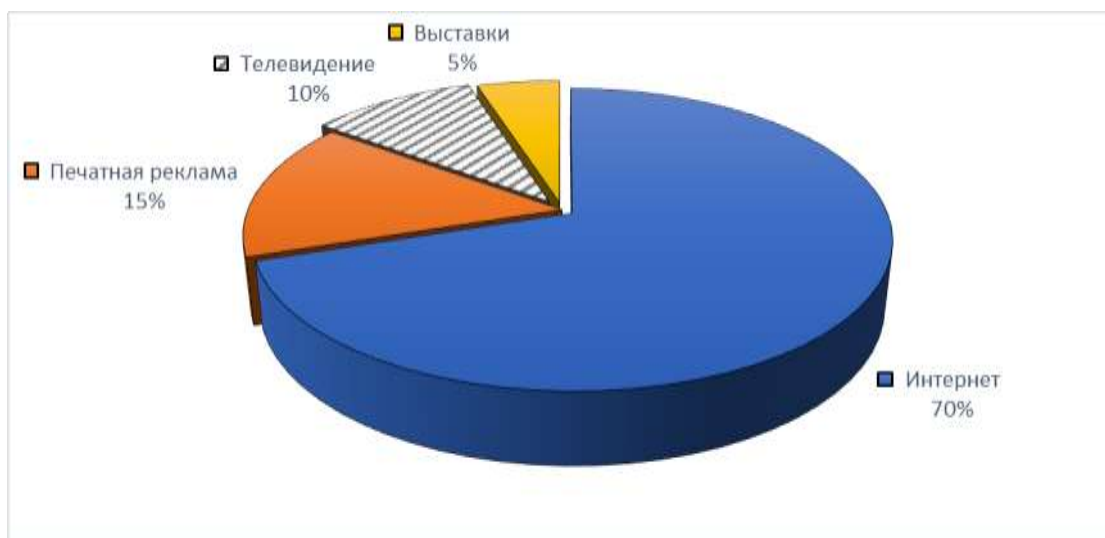


Рисунок 1.10 – Источники получения информации о продукте, %

Для того, чтобы потребитель принял решение о приобретении продукции, необходимо грамотно составить стратегию позиционирования.

Цель стратегии позиционирования в том, чтобы создать позицию с оптимальным соотношением «продукт/цена», которая будет привлекательной для целевых потребителей и приведет к формированию хорошего денежного потока [5; С.292].

В данном случае выбрана стратегия по технологии.

Предприятие ставит перед собой задачу сохранить и передать технологию, знания и секреты предков, накопленных веками. Кирпич ручной формовки производится из природных и экологически безопасных материалов – глины разных сортов.

Таким образом, продукция кирпича ручной формовки пользуется высоким спросом у потребителей разных сегментов. Наибольшую долю спроса продукции составляют строительные компании (малые и крупные) для постройки малоэтажных жилых домов, строительстве коммерческой недвижимости и для дизайна интерьера частной и коммерческой недвижимости. Каждый кирпич, благодаря его декоративным свойствам, является уникальным и неповторимым – именно поэтому кирпич ручной формовки пользуется большой популярностью у потребителей.

2 ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

2.1 Характеристика производимой продукции

Выпускаемый готовый продукт – кирпич ручной формовки, который будет использоваться для строительства домов, фасадов, интерьеров, печей и каминов.

Планируется ввести в ассортимент 8 видов:

- кирпич «19 век» (рисунок 2.1);
- кирпич «под старину» (рисунок 2.2);
- кирпич «царский» ручной работы (рисунок 2.3);
- кирпич «вековой» (рисунок 2.4);
- кирпич «классический» (рисунок 2.5);
- кирпич «екатерининский» (рисунок 2.6);
- кирпич для печей (рисунок 2.7);
- реставрационный кирпич (рисунок 2.8).



Рисунок 2.1 – Кирпич «19 век»



Рисунок 2.2 – Кирпич «под старину»



Рисунок 2.3 – Кирпич «царский» ручной работы



Рисунок 2.4 – Кирпич «вековой»



Рисунок 2.5 – Кирпич «классический»



Рисунок 2.6 – Кирпич «екатерининский»



Рисунок 2.7 – Кирпич для печей



Рисунок 2.8 – Реставрационный кирпич

Среди характеристик кирпича ручной формовки стоит выделить следующие:

- цвет;
- размер;
- прочность на сжатие;
- морозостойкость;
- водопоглощение;

Рассмотрим подробнее каждую характеристику.

Цвета кирпича – в ассортименте будут присутствовать красный, коричневый и оранжевый кирпич с рифленой поверхностью.

Размер кирпича может быть узким - 250х50х65мм, ригельным – 290х90х40мм, длинным – 490х90х40мм. В данном случае будут присутствовать два размера – узкий и ригельным.

Прочность на сжатие – способность изделия выдерживать нагрузку и механическое воздействие, оказывая сопротивление и не проявляя признаков разрушения и деформации. Марку кирпича по прочности устанавливают по значениям пределов прочности при сжатии и при изгибе [6; С.11].

Морозостойкость – показывает сколько раз выдержит мокрый кирпич полную заморозку и разморозку до того, как начнет разрушаться. Этот показатель наравне с прочностью определяет долговечность кирпича.

Например, F50 – означает, что кирпич выдерживает 50 циклов. Один цикл - одна заморозка и разморозка. Кирпич ручной формовки имеет показатель морозостойкости от F25 до F300.

Водопоглощение - способность кирпича впитывать и удерживать воду. Кирпичи с большим коэффициентом водопоглощения не рекомендуется использовать для устройства цоколей, подвалов и тех местах, где он будет взаимодействовать с влагой, а также в климате, где наблюдаются высокие перепады температур.

Технические характеристики планируемого к изготовлению кирпича приведены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Технические характеристики кирпича ручной формовки

Показатель	Ед.изм.	Значение показателя	Соответствие требованиям нормативной документации
Размер	мм	250х50х65мм 290х90х40мм	Соответствует
Предел прочности при сжатии	МПа	12,9	Соответствует
Предел прочности при изгибе кирпича	МПа	4,0	Соответствует
Морозостойкость	цикл	100	Соответствует
Водопоглощение	%	8,1	Соответствует

Готовая кирпичная продукция формируется в транспортный пакет: изделия укладываются на поддоны горизонтальным способом и дополнительно фиксируются упаковочной лентой. Затем вся конструкция фиксируется специальными ремнями и термоусадочной пленкой для предотвращения возможного повреждения материалов.

На каждую упаковочную единицу обязательно наносится маркировка, содержащая:

- наименование предприятия-изготовителя и адрес;
- условное обозначение изделия;
- номер партии и дата изготовления;
- число изделий в упаковочной единице;
- масса упаковочной единицы;
- знак сертификата соответствия.

Производство и реализация кирпича ручной формовки компанией ООО «Петровский кирпич» будет осуществляться под торговой маркой, представленной на рисунке 2.9.



Рисунок 2.9 – Торговая марка «Петровский кирпич»

Фирменный стиль торговой марки «Петровский кирпич» отражает царское время, когда кирпичные заводы строили только в местах залегания глины с уникальными характеристиками, а само производство кирпича осуществлялось вручную.

По возрастанию спроса планируется расширить ассортимент, чтобы привлечь внимание уже сложившегося круга потребителей. Предполагается выпускать фигурный и длинноформатный кирпич. Расширение ассортимента связано с определенным риском, но в то же время это один из лучших способов развития компании.

Таким образом, предприятие по производству кирпича ручной формовки будет производить продукцию, согласно стандартам ГОСТ 530-2019 «Кирпич и камень керамические». Чтобы проверить соответствие данным стандартам, на предприятии осуществляются лабораторные испытания посредством извлечения из партии пяти кирпичей.

2.2 Технология производства продукции

В рамках реализации настоящего проекта планируется освоить предприятие по производству кирпича ручной формовки.

Технология производства данной продукции включает в себя следующие базовые этапы (рисунок 2.10):

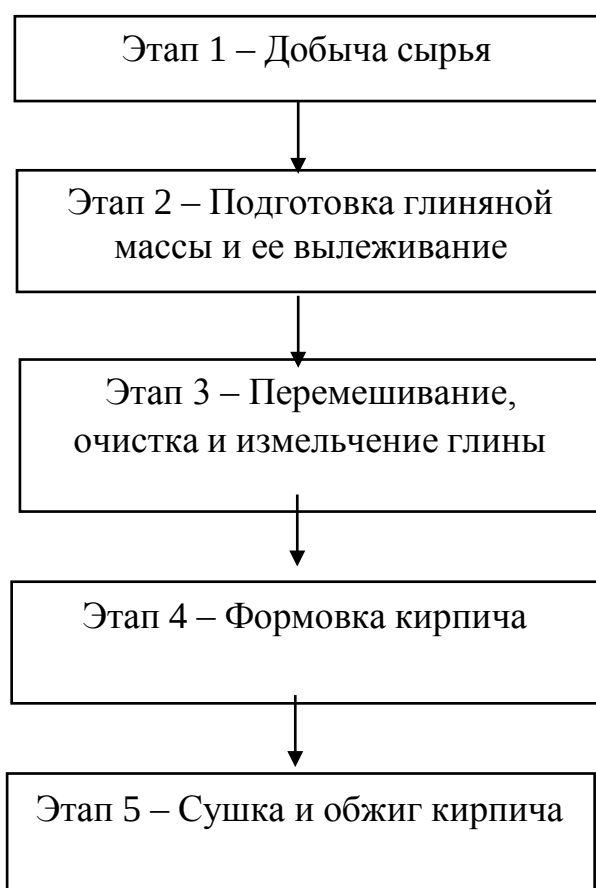


Рисунок 2.10 – Технология производства продукции

Сначала происходит добыча бурой глины из карьеров. Качество и состав глин в разных местах отличается, что определяет область их использования. Предприятие будет построено в местах залежей глины, что поможет значительно удешевить затраты на транспортировку.

Для извлечения глины используют экскаваторы и бульдозеры. Проводить бурение при добыче глины нет необходимости.

Для изготовления кирпича ручной формовки используют легкоплавкую бурую глину без примесей, которая предварительно проходит процесс подготовки – отлеживания, отсеивания, дробления, помола и определенных глин для получения шихты с необходимыми характеристиками.

Просеянная глина разбавляется водой в экструдере до состояния мягкой плотной массы, которая хорошо держит форму. Подготовленную массу на столе с помощью проволоки разрезают на куски. Получившиеся куски имеют размер, соответствующий форме, чтобы полностью ее заполнить.

Затем из полученная масса обволакивается специальной смесью из песка различных цветов. Посыпка необходима для удобства извлечения кирпича из формы, кроме того, она спекается с глиной и придаёт кирпичу различные оттенки. Формовщик берёт подготовленный порционный кусок и забрасывает его в форму. Масса немного выпирает из рамки, а лишнее срезается. Кирпич получается весьма колоритный, с наплывами и неровностями.

Форма для кирпича представляет собой ящик с гладкой внутренней поверхностью. Такие ящики выполняются из дерева (иногда из другого материала) с плотной фактурой, поэтому в процессе они не искажаются и не набухают.

Следует отметить, что для нестандартных форм кирпича малых партий используются деревянные ящики, и обрезка лишних остатков глины происходит вручную. Остальные формы кирпича крупных партий

изготавливаются по тому же принципу, но с автоматизированным оборудованием.

Отформованные изделия подвергаются естественной сушке в течении 30 дней. Сушка придает конечному продукту более правильную и развитую структуру пор без образования внутренних микротрещин. Сырец сохнет без каких-либо сушильных агентов, медленно, без экстремальных нагрузок и напряжения, в отличие от современных быстрых методов сушки газами продуктов горения в течение 2-3 суток.

Высушенный кирпич закладывают в специальную печь и обжигают. Прокаливание происходит в несколько этапов при разной температуре. Для этого используется многокамерная кольцевая печь Гофмана. Полный цикл обжига составляет 8-10 суток, каждую стадию нагрева, обжига и остывания кирпич проходит в щадящем режиме, без экстремальных напряжений и преобразований. Температура обжига составляет 1100 С, печь позволяет нам играть с режимами и получать фактурные пигментные пятна, пережоги, бескислородную среду и т.п. Такая технология позволяет получить прочный, качественный и красивый строительный материал.

Сегодня стандартный кирпич обжигается в туннельных печах максимально быстро с целью экономии газа и увеличения производственной мощности. Фазы нагрева, обжига и остывания проходит менее чем за 36 часов. Технологичные этапы сжаты до предела, кирпич испытывает колоссальные напряжения при структурных изменениях и спекании, обжиг производят на минимальных температурах в пределах 800 С, добавляя в глину различную химию и плавни, как следствие - потеря качества.

После чего готовую продукцию выгружают на тележки и отправляют на склад и отгружают заказчикам.

Для производства кирпича ручной формовки необходимо несколько видов техники: экскаватор для работы на карьере, погрузчик фронтального типа, самосвал. Возможен вариант аренды данной техники, но более целесообразно это приобрести.

Также необходимо следующее оборудование:



Рисунок 2.11 – Электрический экструдер



Рисунок 2.12 – Шнековый транспортер



Рисунок 2.13 - Резательный аппарат для сырца



Рисунок 2.14 - Комплекс форм для глины



Рисунок 2.15 – Агрегат для мойки форм



Рисунок 2.16 – Щит управления



Рисунок 2.17 – Щит управления

Производительность линии составляет 3000 шт. за 8-часовую смену.

Состав и стоимость оборудования и техники, который понадобится для производства кирпича ручной формовки представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Состав и стоимость оборудования

Наименование оборудования	Кол-во, шт.	Цена, руб.
Гусеничный экскаватор	1	6316000
Фронтальный погрузчик	1	4021000
Самосвал	1	4590000
Электрический экструдер	1	4500000
Шнековый транспортер	1	230000
Агрегат для срезки остатков глины	1	280000
Резательный аппарат для сырца	1	110000
Комплекс форм для глины	46	420000
Форма для нестандартного вида кирпича	10	40000
Агрегат для мойки форм	1	180000
Щит управления	1	400000
Агрегат поточного взвешивания глины	1	355000
ИТОГО:		21442000

Таким образом, на приобретение техники и оборудования понадобится 21442000 рублей.

2.3 Логистика производственных и распределительных процессов

Логистика охватывает всю сферу деятельности предприятия – от начала производства и до доставки конечному потребителю продукции.

Логистика, проникая во все сферы деятельности предприятия охватывает процесс планирования, реализации, контроля затрат, перемещения и хранения материалов, полуфабрикатов и готовой продукции, а также, связанной с ними информации о поставке товаров от места производства до места потребления.

Предприятие, которое работает по принципам логистики способно рационально организовывать весь производственный цикл, а также преимущественную возможность адаптации системы к окружающей среды.

Цель производственной логистики заключается в обеспечении своевременного, ритмичного и экономичного движения материальных ресурсов между стадиями и рабочими местами основного производства, в соответствии с планами производства и реализации готовой продукции или заказами потребителей [7; С.16].

Так как, производственная логистика включает себя контроль всех процессов, предприятию необходимо отслеживать: процесс планирования и реализации, затраты, перемещение и хранение материалов, полуфабрикатов и готовой продукции, информацию о поставках товара от места производства до конечного потребителя.

Чтобы реализовать все вышеперечисленное на предприятии необходимо создать центр логистики, который будет обеспечивать бесперебойную работу предприятия. А общее руководство над данной работой будет осуществлять генеральный директор предприятия.

План организации транспортного хозяйства определяется объемом грузооборота, особенностями грузов и объемом производства. Для перевозок будут использоваться грузовые машины, так как они способны обеспечить сохранность кирпича при транспортировке. В автотранспорт поддоны с

кирпичом укладываются не более двух по высоте, при условии его закрепления и увязки для предотвращения от смещения и выпадения при транспортировке. Перевозки будут осуществляться согласно плану и погрузочно-разгрузочных работ по заранее разработанным маршрутам.

Чтобы обеспечить бесперебойное снабжение производства всеми видами материалов (сырьем, топливом, инструментом), а потребителей готовой продукцией, необходимо организовать систему складского хозяйства.

Помещение склада будет организовано на территории предприятия рядом с производственным цехом, что позволит эффективно вести учет товаров на складе и координировать работу бухгалтерии и кладовщиков, отпускающих товары.

Бухгалтерией будет проводится контроль всех видов складов для установления норм потерь естественной убыли, путем проведения инвентаризаций. А кладовщики и грузчики будут отвечать за складирование материалов и готовой продукции.

Площадка под сбытовой склад должна иметь ровное, твердое покрытие. Кирпич хранится на поддонах в специальной заводской упаковке с соответствующей маркировкой. Для предотвращения повреждений между поддонами остается расстояние, которое составляет 100-150 метров.

Погрузо-разгрузочные работы будут проводится грузоподъемным краном или вилочным погрузчиком с помощью квалифицированного персонала, прошедшего специализированное обучение.

Все логистические операции, связанные с готовой продукцией, будет осуществлять отдел отпуска готовой продукции. К ним относятся следующие операции:

- упаковка и маркировка товара;
- управление запасами готовой продукции;
- складирование и хранение готовой продукции;
- погрузо-разгрузочные работы;

- обслуживание клиентов при операциях по доставке товара;
- мониторинг обратной связи от потребителей.

Путь, по которому готовая продукция движется от производителя к потребителю, называется каналом распределения. Каналы распределения предприятия по производству кирпича ручной формовки изображены на рисунке 2.18.

Поставщик будет выбираться с помощью изучения рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации; посещения специализированных выставок и ярмарок; e-mail-рассылкой с коммерческим предложением потенциальным покупателям.

В результате этих мероприятий будет формироваться список потенциальных поставщиков, который будет периодически обновляться и пополняться.

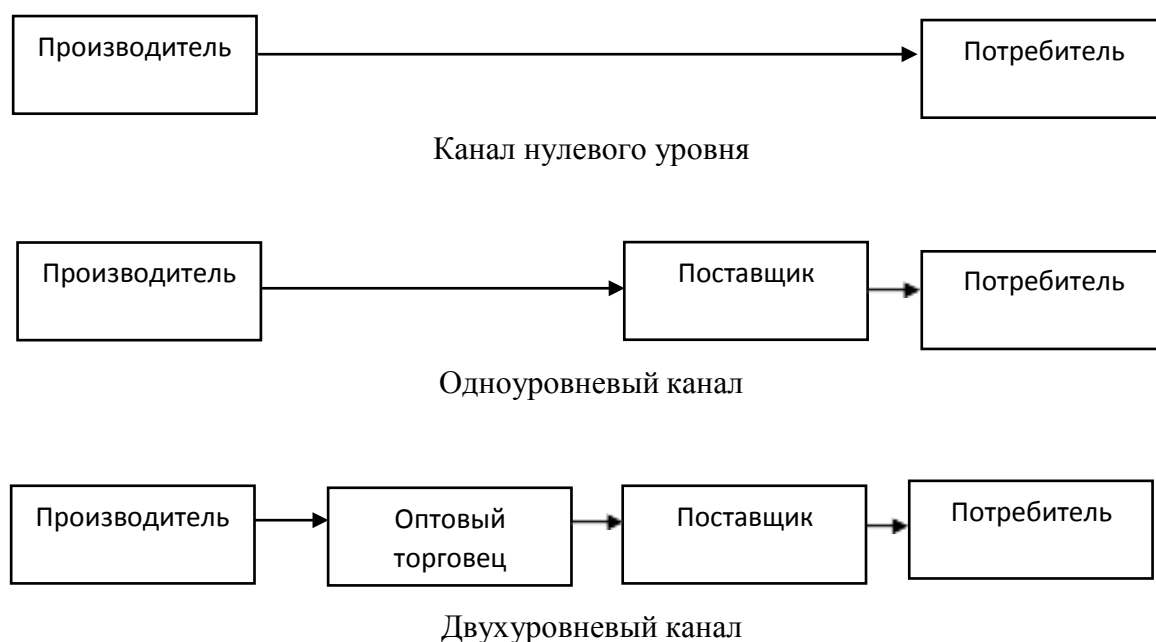


Рисунок 2.18 – Каналы распределения продукции

Выбранные каналы распределения продукции непосредственно влияют на скорость, время движения, сохранность продукции при ее доставке от

производителя к конечному потребителю. Организации, составляющие данный канал выполняют следующие функции:

- собирают информацию, необходимую для планирования распределения продукции;
- стимулируют сбыт, так как распространяют информацию о товаре;
- устанавливают контакт с потенциальным потребителем, проводят переговоры с ними;
- организуют товародвижение.

Так как руководство ориентируется на высокое качество обслуживания своих потребителей, будет осуществляться следующее:

- соблюдение сроков исполнения заказов, согласно договору;
- специальные условия для постоянных потребителей и потребителей с большим объемом заказа;
- индивидуальные гибкие условия – возможность изменения условий, сроков поставки;
- информационное и послепродажное обслуживание;
- сбор обратной связи от потребителей.

3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

3.1 Построение организационной структуры управления предприятием и управления персоналом

Для решения задач предприятия приобретают оборудование, имущество, сырье и материалы, нанимают и обучают персонал, создают организационно-правовую форму управления, выстраивают технологические процессы.

Данное предприятие, будет организовано, как общество с ограниченной ответственностью ООО «Петровский кирпич».

Формировать организационную структуру ООО «Петровский кирпич» в рамках данного исследования целесообразно по функциональному принципу (рисунок 3.1).

Так, на рассматриваемом предприятии каждый орган управления специализируется на одном направлении деятельности. Вопросами управления персоналом занимается отдел кадров, сбытом и продвижением продукции – коммерческий отдел, производством продукции – производственный отдел, управлением финансами – бухгалтерский отдел. А сами отделы находятся в подчинении директора.

Такой выбор организационной структуры управления повышает эффективность деятельности предприятия, так как вместо универсальных сотрудников, которые должны разбираться во всех функциях, есть специальный отдел высококвалифицированных специалистов.

Также данная система обеспечивает быстрое принятие решений и исключает дублирование задач в выполнении управленческих функций.



Рисунок 3.1 – Организационная структура ООО «Петровский кирпич»

Основным учредительным документом организации является ее устав, который определяет цель создания предприятия и порядок его функционирования. Именно в уставе закреплены права и обязанности участников, порядок распределения прибыли между ними, процедура выхода из ООО и другие сведения, которые имеют отношение к ООО.

Руководство старается создать настоящую команду — единое целое, учитывая при этом следующее:

- четкое осознание цели, поставленной перед коллективом;
- коллективная ответственность за результат;
- постоянное совершенствование квалификации, что позволяет эффективно и творчески работать;
- равноправие среди всех членов команды, участие в планировании деятельности всего коллектива;

- подбор участников команды осуществляется прежде всего по психологической совместимости;

- управление командой осуществляется менеджером.

Отбор будущих сотрудников предполагает:

- первичное знакомство с претендентами в форме собеседования;
- сбор и обработку сведений о них;
- анализ качеств и составление достоверных «портретов»;
- сопоставление фактических качеств претендентов и требований должности;
- сравнение кандидатов на одни должности и выбор наиболее подходящих;
- назначение или утверждение кандидатов в должности, заключение с ними трудового договора.

Цели собеседования:

1. определить в предварительном порядке компетенции и личные качества претендента, его заинтересованность в работе;
2. осведомить кандидата о фирме и всех преимуществах работы в ней, а также о содержании работы, адаптации сотрудников;
3. выяснение ожиданий и интересов обеих сторон, сферы их совпадения и различия, возможности нахождения компромисса;
4. предоставление возможности кандидату в итоге самостоятельно оценить, хочет ли он действительно получить работу или нет.

Итоги ознакомительного собеседования в основном позволяют отсеять сразу почти до 90% кандидатов, а для остальных выбрать наиболее удобные методы дальнейшей проверки и изучения профессиональных и психологических качеств для установления их пригодности.

Особое внимание будет уделяться адаптации персонала.

Цели адаптации персонала:

1. Уменьшение стартовых издержек, так как пока новый работник плохо знает свое рабочее место, он работает менее эффективно и требует дополнительных затрат;

2. Снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников;

3. Сокращение текучести рабочей силы. Новые сотрудники могут уйти из организации в первые дни работы, если будут чувствовать себя ненужными.

4. Экономия времени руководителя и сотрудников, так как проводимая по программе работа помогает экономить время каждого из них;

5. Развитие позитивного отношения к работе, удовлетворенности работой.

Реализация проекта предполагает создания 26 рабочих мест. Рабочие места состоят из производственного и управленческого персонала. Состав производственного персонала представлен в таблице 3.1.

Набор сотрудников в ООО «Петровский кирпич» на планируемые должности будет осуществляться с участием кадровых агентств, а также объявлений в сети Интернет о своих потребностях в специалистах.

Производственный персонал предприятия состоит из 21 сотрудников. Предполагается сделать сменный график. Так как технологический процесс производства продукции представляет собой работу на специализированном оборудовании, будет необходимо проводить обучение персонала.

Средняя продолжительность обучения персонала займет 1-2 месяца. Требуемое образование к персоналу – среднее специальное или высшее профессиональное. Оплата труда основного персонала будет сдельная, вспомогательного – окладная.

Таблица 3.1 – Состав производственного персонала ООО «Петровский кирпич»

Должность	Кол-во, шт. ед.
<i>Основной персонал</i>	
Инженер-технолог	1
Оператор-рабочий	2
Формовщик	3
Теплотехник	1
Укладчик	3
Кладовщик	1
Грузчик	3
<i>Вспомогательный персонал</i>	
Водители	4
Уборщик	1
Зав. по хозяйственной части	1
Электрослесарь	1
<i>Итого</i>	21

Управленческий персонал должен иметь высшее профессиональное образование и стаж работы не менее 5 лет.

Требования, предъявляемые к управленческому персоналу:

- понимание природы управленческого труда и процессов управления;
- знание должностных и функциональных обязанностей, способов и методов достижения целей и повышение эффективности работы;
- умение мыслить стратегически;
- эффективно управлять человеческими ресурсами организации;
- способность к конструктивному анализу своих действий.

Состав управленческого персонала и его функции представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Состав управленческого персонала и его функции

Должность	Кол-во, шт. ед.	Функции
1	2	3
Директор	1	<ul style="list-style-type: none"> - общее руководство производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью предприятия; - организация взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц; - обеспечение выполнения всех принимаемых предприятием обязательств, включая обязательства перед бюджетами разных уровней и внебюджетными фондами, а также по договорам; - принятие мер по обеспечению здоровых и безопасных условий труда на предприятии; - создание условий для внедрения новейшей техники и технологии, прогрессивных форм управления и организации труда.
Начальник отдела кадров	1	<ul style="list-style-type: none"> - осуществляет научно-методическое обеспечение кадровой работы; - организует проведение аттестации работников предприятия; - руководит работой по комплектованию предприятия кадрами рабочих и служащих, требуемых профессий; - контролирует надлежащее оформление установленной документации.
Начальник коммерческого отдела	1	<ul style="list-style-type: none"> - осуществляет руководство финансово-хозяйственной деятельностью предприятия в области материально-технического обеспечения, сбыта продукции (продажи товаров, оказания услуг); - координирует разработку и составление перспективных и текущих планов; - организует руководство материально-техническим снабжением предприятия, деятельностью по хранению, транспортировке и сбыту продукции; - руководит разработкой мер по ресурсосбережению, совершенствованию нормирования запасов, улучшению экономических показателей, повышению эффективности деятельности предприятия, укреплению финансовой дисциплины; - осуществляет координацию разработки маркетинговой стратегии.

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3
Начальник производственного отдела	1	<ul style="list-style-type: none"> - руководит разработкой производственных программ и календарных графиков выпуска продукции в соответствии с планом производства и договорами поставок; - организует оперативный контроль за ходом производства, за обеспечением производства технической документацией, оборудованием, инструментами, материалами, комплектующими изделиями, транспортом, погрузочно-разгрузочными средствами и т.п., а также за осуществлением подготовки производства новых видов изделий; - руководит работой производственных складов, обеспечивает участие отдела в проведении инвентаризации незавершенного производства.
Главный бухгалтер	1	<ul style="list-style-type: none"> - руководство ведением бухгалтерского учета и составлением отчетности на предприятии; - обеспечение составления расчетов по зарплате, начислений и перечислений налогов и сборов в бюджеты разных уровней, платежей в банковские учреждения; - контроль за своевременным и правильным оформлением бухгалтерской документации; - выявление внутрихозяйственных резервов, осуществление мер по устранению потерь и непроизводительных затрат.
Итого	5	

Предприятие направлено на долгосрочное сотрудничество с персоналом. И одним из методов для реализации этой задачи будет использоваться система мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

При формировании мотивации в ООО «Петровский кирпич» будет учитываться, что каждый работник относится к одному из трех типов мотивации:

1. Работники, ориентированные преимущественно на содержательность и общественную значимость труда
2. Работники, ориентированные по большей части на оплату труда и другие материальные ценности

3. Работники, у которых значимость разных ценностей сбалансирована.

В качестве материальной мотивации будут введены доплаты и премии.

Доплаты могут быть:

- за сверхурочную работу;
- за работу в выходные и праздничные дни;
- за работу в компании более трех, пяти и десяти лет.

Премирование персонала будет осуществляться за перевыполнение планов компании от реализации продукции и по инициативе директора (за высокую вовлеченность в деятельности компании, при достижении личных результатов и др.).

Использование только материального метода мотивации может понести за собой риски. Например, сотрудник может привыкнуть к дополнительным доплатам и это уже не будет являться для него мотивацией к трудовой деятельности. Чтобы такого не произошло, будет использоваться методы нематериальной и моральной мотивации, это:

- социальные мероприятия (совместные выезды за город, корпоративные вечеринки, соборезнования и помощь);
- номинирование на лучших сотрудников месяца;
- посещение профессиональных выставок;
- командировки по обмену опытом.

Помимо этого, следует помнить, что основным мотивирующим и демотивирующим элементом является сам работник. Если он заинтересован в конечном результате и имеет позитивный подход к работе, то его производительность труда будет высокой. Поэтому при подборе персонала, будет оцениваться не только профессионализм кандидата, но и его желание работать.

Таким образом, для формирования эффективной системы управления, руководителю необходимо придерживаться четких правил: определить цель, для которой нужен конкретный сотрудник, сформировать планы мотивации,

ориентируясь на факторы мотивации, для эффективного управления сам руководитель должен вести себя достойно, правильно настраивать и воспитывать сотрудников, избегать управленческих ошибок.

3.2 Формирование стратегий организации

В настоящее время условия, которые способствуют эффективной деятельности компании постоянно меняются. В связи с этим важно использовать стратегический подход в управлении организации.

Задача менеджмента состоит в обеспечении взаимодействия организации со средой, которое позволяло бы ей поддерживать потенциал на уровне необходимом для достижения ее целей, и тем самым давало бы ей возможность выживать в долгосрочной перспективе.

Для этого нужно провести оценку основных компонентов внешней среды.

При анализе внешних факторов среды производится выявление направлений и характера их взаимодействия на деятельность организации в долгосрочном перспективе, т.е. Устанавливается, будет ли тот или иной фактор благоприятствовать развитию организации (возможность) либо, наоборот, будет сдерживать поступательное развитие организации (угроза).

Анализ факторов внешней среды ООО «Петровский кирпич» представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Анализ факторов внешней среды

Группы факторов внешней среды	Возможности	Угрозы
1	2	3
Трудовые ресурсы	Наличие высококвалифицированных специалистов поможет создать профессиональную команду мастеров	Трудности в привлечении этих специалистов в новую организацию

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3
Потребители	Получение продукции высокого качества Наличие специальных условий для постоянных клиентов Повышенный спрос на строительные материалы	Высокая конкуренция Ориентация потребителей на цену товара Снижение покупательской способности населения
Конкуренты	Уменьшение импортной продукции на рынке	Большое количество конкурентов

Внутренняя среда — совокупность процессов, в результате которых организация преобразует имеющиеся ресурсы в товары, предлагаемые рынку.

Для успешного развития организация должна постоянно выявлять имеющиеся и потенциальные возможности в отношении наиболее эффективного использования своих ресурсов (интеллектуальных, информационных, трудовых, материальных, финансовых и др.). Именно эти ресурсы составляют рыночный потенциал организации.

Анализ факторов внутренней среды ООО «Петровский кирпич» представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Анализ факторов внутренней среды ООО «Петровский кирпич»

Группы факторов внутренней среды	Сильные стороны	Слабые стороны
1	2	3
Персонал	Эффективная система мотивации персонала	Отсутствие имиджа на рынке работодателей Нехватка квалифицированных кадров

Продолжение таблицы 3.4

1	2	3
Финансы	Инвестиционная привлекательность проекта	Высокий финансовый барьер для начала бизнеса (требуются значительные первоначальные инвестиции) Нестабильный уровень дохода на начальном этапе
Производство и продукция	Производство продукции в соответствии с ГОСТом Современное высокопроизводительное оборудование	Узкая ассортиментная политика на начальном этапе
Маркетинг	Активная рекламная деятельность Сильная философия бренда	Отсутствие имиджа

Для стратегического управления необходимо знать всю информацию о компании, все факторы, которые влияют на ее деятельность. Сформировать это и проанализировать помогает SWOT-анализ, который представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – SWOT-анализ ООО «Петровский кирпич»

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Производство продукции в соответствии с ГОСТом 2) Активная рекламная деятельность 3) Наличие специальных условий для постоянных клиентов 4) Сильная философия бренда 5) Оптимальное ценообразование 6) Современное высокопроизводительное оборудование 7) Инвестиционная привлекательность проекта	1) Отсутствие имиджа на рынке 2) Высокий финансовый барьер для начала бизнеса (требуются значительные первоначальные инвестиции) 3) Узкая ассортиментная политика на начальном этапе

Возможности	Угрозы
1) Повышенный спрос на строительные материалы 2) Представительство в других регионах 3) Федеральные и региональные программы поддержки малого предприятия 4) Наличие высококвалифицированных специалистов поможет создать профессиональную команду мастеров	1) Большое количество конкурентов 2) Снижение покупательской способности населения 3) Проблемы с поставками комплектующих для оборудования 4) Ориентация потребителей на цену товара

Таким образом, SWOT-анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. Активная рекламная деятельность и философия бренда на самом начальном этапе позволит решить проблему отсутствия имиджа на рынке.
2. Снижение покупательской способности населения может оказать негативное действие на потребление продукции.
3. Постоянным клиентам будут предложены специальные условия сотрудничества, которые повысят лояльность к компании и даст возможность построить долгосрочные отношения.

Сильные стороны компании при грамотной стратегии реализации деятельности помогут снизить риски угроз.

Начало реализации стратегии состоит из двух составляющих: миссии компании и ее целей. Контроль и достижение этих составляющих является главной задачей руководителя. Миссия позволяет организации выразить смысл ее существования и предназначения, помогает выработке стратегии организации, расширяет для работника смысл его деятельности, а также является способом отличиться среди своих конкурентов.

Миссией ООО «Петровский кирпич» является возрождение традиций времен царской России. Задачей является сохранить и передать технологию, знания и секреты предков, накопленные веками.

Следующим этапом в системе планирования является определение стратегических целей организации.

Цели являются исходной точкой планирования, лежат в основе построения организационных отношений; на целях базируется система мотивирования, используемая в организации; наконец, цели являются точкой отсчета в процессе контроля и оценки результатов труда отдельных работников, подразделений и организации в целом.

Самым простым и популярным способом представления целей компании является «дерево целей», в котором выделены генеральная цель, подчиненные ей подцели первого, второго и последующего уровней.

Генеральной целью компании является устойчивое развитие на рынке производителей аналогичной продукции, получение прибыли, завоевание лидерства на рынке аналогичной продукции. Представим декомпозицию основной целью организации на стратегические по признаку «сферы деятельности» путем построения «дерева целей» в рисунке 3.2 и таблице 3.6.

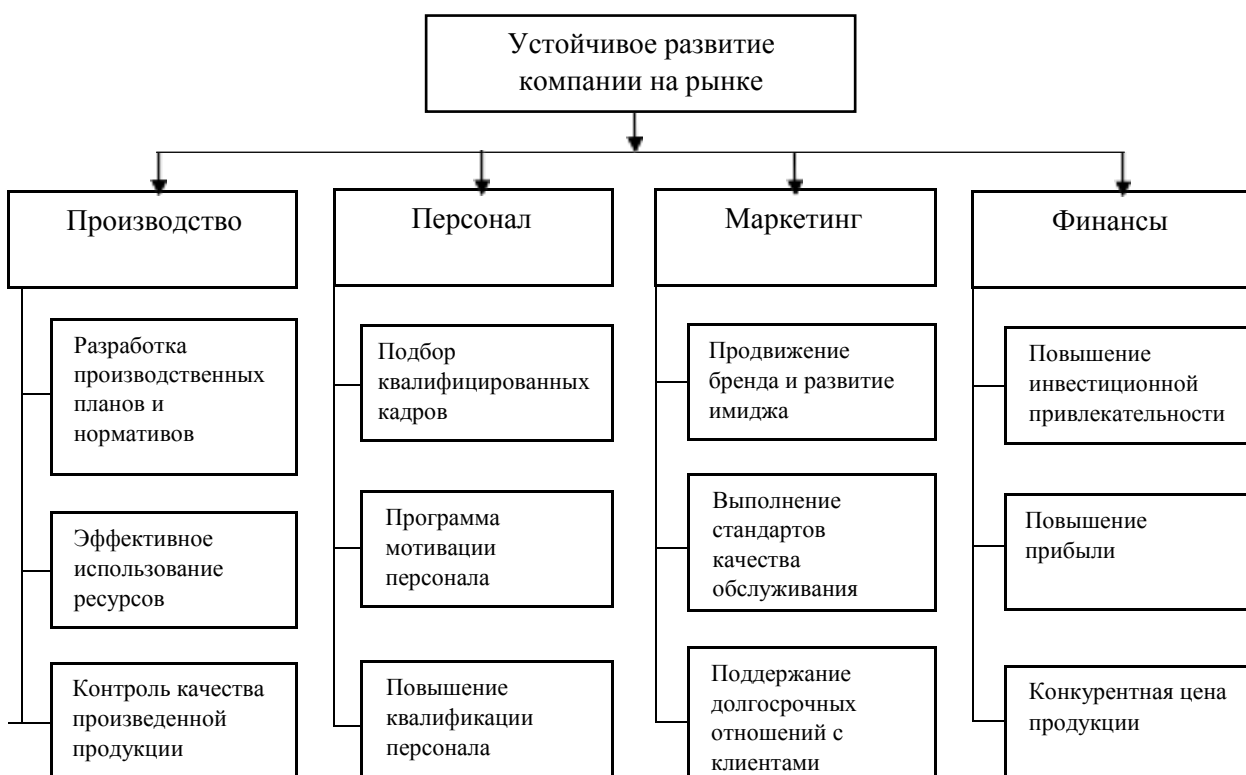


Рисунок 3.2 – Дерево целей ООО «Петровский кирпич»

Таблица 3.6 – Содержание целей организации

Условное обозначение цели	Описание цели
Ц₁	Производство
Ц _{1.1}	Разработка производственных планов и нормативов
Ц _{1.2}	Максимизация эффективного использования ресурсов
Ц _{1.3}	Контроль качества произведенной продукции
Ц₂	Управление персоналом
Ц _{2.1}	Подбор квалифицированных кадров
Ц _{2.2}	Разработка программ мотивации персонала
Ц _{2.3}	Повышение квалификации персонала
Ц₃	Маркетинг
Ц _{3.1}	Продвижение бренда и развития имиджа компании
Ц _{3.2}	Выполнение стандартов качества обслуживания
Ц _{3.3}	Поддержание долгосрочных отношения с клиентами
Ц₄	Финансы
Ц _{4.1}	Повышение инвестиционной привлекательности
Ц _{4.2}	Ежегодное повышение прибыли
Ц _{4.3}	Конкурентная цена продукции

С точки зрения логики осуществления действий, выполняемых при установлении целей, можно считать, что процесс целеполагания в организации состоит из трех последовательных стадий. На первой стадии происходит осмысление результатов анализа среды, на второй — выработка соответствующей миссии и, наконец, на третьей стадии непосредственно вырабатываются цели для организации.

Установленные цели должны иметь статус закона для организации, для всех ее подразделений и для всех членов. Однако из требования обязательности целей никак не следуют их вечность и неизменность. Их необходимо систематически анализировать и пересматривать.

Таким образом, исходя из анализа внутренних и внешних факторов, миссии и целей организации, компании необходимо реализовывать стратегию концентрированного роста, а именно усиление рыночных позиций за счет сильных сторон и возможностей.

3.3 Управление качеством организации

Контроль качества является задачей любой организации. Контроль необходимо осуществлять на всех этапах производства для предотвращения непреднамеренного использования и поставки несоответствующей продукции потребителю.

Требования современных стандартов распространяются на организацию и осуществление контроля продукции во всех цехах предприятия и на всех этапах производства, начиная с входного контроля применяемых материалов и комплектующих, заканчивая отправкой готовой продукции со склада [9; с.10]

Кирпич ручной формовки относится к виду керамического кирпича и его производство будет осуществляться согласно стандарту ГОСТ 530-2012.

Политика ООО «Петровский кирпич» в области менеджмента качества заключается в осознанном выполнении каждым работником предприятия требований потребителей, в стремлении превзойти их ожидания, выполнении требований ISO 9000.

Ответственность за качество продукции и деятельность организации несут генеральный директор и высшее руководство ООО «Петровский кирпич». Также они создают условия, необходимые для успешной

реализации всех принципов системы менеджмента качества, обеспечивая единство цели и направления деятельности предприятия.

Сбалансированность ответственности и полномочий различных уровней позволяет исключить дублирование функций, отсутствие ответственности по отдельным видам деятельности.

Задачи, необходимые для поддержания системы качества:

- минимизация процента дефектной продукции;
- предупреждение возникновения дефектов на всех стадиях производства;
- вовлечение каждого работника предприятия в деятельность по постоянному улучшению системы менеджмента качества;
- совершенствование организационной деятельности предприятия;
- создание единого информационного пространства для увеличения согласованности действий структурных подразделений организации;
- повышение компетенции работников предприятия;
- привлечение и удержание компетентного персонала;
- развитие мотивации работников предприятия на повышение эффективности производства;
- внедрение новых разработок в производство;
- максимально эффективное использование ресурсов;
- системный характер управления рисками.

Цели в области качества отличаются от тех, что представлены в «дереве целей» и они дополняют общие цели предприятия. Группировка краткосрочных целевых установок по основным функциональным сферам представлена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Группировка краткосрочных целевых установок по основным функциональным сферам

Сфера деятельности	Постоянные ориентиры	Краткосрочные цели
Маркетинг	Завоевание новых рынков	Развитие имиджа на новом рынке Усиление маркетинговой деятельности Увеличение числа потенциальных потребителей
Финансы	Увеличение прибыли	Повышение числа реальных клиентов Обеспечить привлекательность для инвесторов Уменьшить непроизводственные затраты
Производство	Повышение эффективности производства	Снизить издержки производства Оптимизация сроков реализации Постоянный контроль обслуживания и диагностики оборудования Своевременная замена оборудования Мониторинг ключевых плановых показателей Снижение количества брака
Качество	Повышение конкурентоспособности продукции и в сфере качества	Повышение удовлетворенности внешних и внутренних потребителей Выстроить систему взаимоотношений с поставщиками
Персонал	Повышение эффективности работы сотрудников	Инвестиции в обучение персонала Улучшение системы наставничества Контроль показателей сотрудников Формирование корпоративной культуры Стимулирование рационализаторских предложений Улучшение условий труда Оценка потенциала кадров

Для внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества разрабатывается специальная документация, которая обеспечивает распределение обязанностей и ответственности руководства и исполнителей, устанавливает порядок взаимодействия подразделений и служб.

К внутренней документации системы менеджмента качества относятся:

- политика и цели в области качества;
- руководство по качеству;

- документированные процедуры, рабочие инструкции, содержащие информацию о том, как последовательно выполняются действия и процессы;
- нормативно-техническая документация;
- записи;
- организационно-распорядительные документы (положения о направлении деятельности, положения о структурных подразделениях, приказы, распоряжения, указания, протоколы совещаний);

К внешним документам системы менеджмента качества относятся законы и регламенты вышестоящих организаций, международные, межгосударственные и государственные стандарты, контрактные требования потребителей, информация, содержащая сведения о потребностях и ожиданиях потребителей.

Разработка, согласование, анализ, изменение внутренней документации системы менеджмента качества осуществляется ответственными лицами структурных подразделений, уполномоченными по качеству, которые несут ответственность за их своевременную актуализацию и сохранность.

Эффективная работа с документацией позволяет обеспечить бесперебойную работу системы менеджмента качества.

3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий

Финансовые расчеты по проекту предприятия по производству кирпича ручной формовки «Петровский кирпич» проводились с применением программы Project Expert.

Годовая программа выпуска предприятия предполагается в среднем 741 000 штук.

Чтобы начать производство продукции, необходимо произвести закупку и монтаж оборудования, приобрести складское и производственное помещение, приобрести автотехнику.

Предприятию для успешной реализации планируемого проекта (приобретения оборудования, производственных площадей, материалов, и так далее) необходимы в общей сложности 28152000,00 рублей.

Первоначальное финансирование предприятия будет осуществляться за счет собственного капитала, сформированного из денежного вклада учредителей общества с ограниченной ответственностью общей суммой 10152000,00 рублей и средств от инвестора – 18000000,00 рублей.

Предполагается, что инвестор будет получать 80% прибыли до полной окупаемости проекта.

Собственные средства уйдут на регистрацию предприятия, покупку и монтаж производственной площадки и частичной покупки производственного оборудования.

Инвестиционные средства планируется использовать для покупки оставшейся части производственного оборудования, автотехники и установки оборудования.

Источники финансирования планируемых инвестиционных мероприятий представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Источники финансирования проекта

Собственные средства		Заемные средства		ИТОГО	
Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
10152000	56	18000000	44	28152000	100

В таблице 3.9 приведен инвестиционный план проекта, в котором отражены основные его этапы, длительность необходимых операций и суммы, необходимые для их реализации, сроки.

Таблица 3.9 – Инвестиционный план проекта

Название операции	Длительность, дн.	Дата начала	Дата окончания	Сумма, руб.
Регистрация предприятия	10	01.10.2022	10.10.2022	10000
Покупка и монтаж производственной площадки	40	10.10.2022	20.11.2022	6000000
Покупка производственного оборудования	50	20.11.2022	10.01.2023	6515000
Покупка автотехники	30	20.11.2022	20.12.2022	14927000
Установка оборудования	30	10.01.2023	10.02.2023	1370000
Оформление разрешительной документации	40	10.02.2023	20.03.2023	600000
Подбор персонала	30	01.03.2023	01.04.2023	20000
Создание сайта	20	01.04.2023	20.04.2023	30000
Пуско-наладочные работы	7	01.04.2023	07.04.2023	50000
Производство кирпича ручной формовки	--	07.04.2023	--	--
Итого сумма, руб.	28152000			

В соответствии с законодательством Российской Федерации предприятие имеет налоговые обязательства. Налоговые обязательства и отчисления представлены в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Налоговые обязательства и отчисления

Наименование налогов	Ставка	Налогооблагаемая база	Период начисления
Налог на прибыль	20%	Прибыль	Ежеквартально
НДС	20%	Добавочная стоимость	Ежемесячно
Налог на имущество	2,2%	Имущество	Ежеквартально
Выплаты в Пенсионный фонд	22%	Заработная плата	Ежемесячно
Выплаты в фонд обязательного медицинского страхования	5,1%	Заработная плата	Ежемесячно
Выплаты в фонд социального страхования	2,9%	Заработная плата	Ежемесячно

Планируемый ассортимент производимой продукции состоит из восьми видов кирпича. Номенклатура и цены на продукцию представлены в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Номенклатуры и цены на продукцию

Наименование продукции	Единицы измерения	Цена без НДС, руб.	НДС, %	Цена с НДС, руб.
Кирпич «19 век»	шт	38,4	20	48
Кирпич «под старину»	шт	46,4	20	58
Кирпич «царский» ручной работы	шт	48	20	60
Кирпич «вековой»	шт	44	20	55
Кирпич «классический»	шт	39,2	20	49
Кирпич «екатерининский»	шт	44,8	20	56
Кирпич для печей	шт	38,4	20	48
Реставрационный кирпич	шт	89,6	20	112

В соответствии с производственной программой предприятия и емкостью рынка, объемы производства и сбыта определены следующим образом:

Таблица 3.12 – Планируемый объем производства в год, шт.

Наименование продукции	Объем производства, шт.				
	04.2023-12.2023 гг	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
Кирпич «19 век»	59280	88920	118560	131520	148960
Кирпич «под старину»	77850	116708	155610	172620	195510
Кирпич «царский» ручной работы	55575	83362	111150	123300	139650
Кирпич «вековой»	29640	44460	59280	65760	74480
Кирпич «классический»	44460	66690	88920	98640	111720
Кирпич «екатерининский»	44460	66690	88920	98640	111720
Кирпич для печей	33345	50018	66690	73980	83790
Реставрационный кирпич	25935	38902	51870	57540	65170
ИТОГО:	370 500	555 750	741 000	822 000	931 000

Предприятию необходимо производит расчет и анализ издержек, так как за счет снижения себестоимости продукции можно увеличить прибыль.

Себестоимость рассчитываем методом калькуляции по статьям затрат. Прямые затраты включаем в себестоимость путем прямого счета, а косвенные путем пропорционального распределения.

Плановая калькуляция себестоимости на производство кирпича ручной формовки представлена в таблице 3.13.

Таблица 3.13 –Плановая калькуляция себестоимости кирпича ручной формовки

Наименование статей калькуляции	Расход на вид кирпича, руб.							
	Кирпич «19 век»	Кирпич «под старину»	Кирпич «царский»	Кирпич «вековой»	Кирпич «классический»	Кирпич «екатерининский»	Кирпич для печей	Реставрационный кирпич
Материалы	20,68	26,28	27,4	24,6	21,24	25,16	21,68	68,6
Транспортно-заготовительные расходы	1,47	1,64	1,67	1,59	1,49	1,61	1,47	1
Энергия на технологические цели	1,38	1,52	1,55	1,48	1,39	1,49	1,38	2,82
Основная заработная плата рабочих	1,26	1,72	1,81	1,58	1,31	1,63	1,26	2,71
Отчисления на социальные нужды	0,64	0,86	2,86	0,8	0,66	0,82	0,64	2,37
Износ инструментов	1,54	1,73	1,77	1,67	1,56	1,69	1,54	2,16
Общехозяйственные расходы	1,29	1,39	1,41	1,36	1,3	1,37	1,29	2,62
Потери от брака	1,62	1,84	1,88	1,77	1,64	1,8	1,62	1,33
Расходы на подготовку и освоения производства	1,43	1,58	1,61	1,54	1,44	1,55	1,43	2,92
Коммерческие расходы	2,09	2,84	1,04	2,61	2,17	2,68	2,09	4,47
Итого полная себестоимость 1 шт.:	38,4	46,4	48	44	39,2	44,8	38,4	89,6

Планируемые накладные расходы ООО «Петровский кирпич» представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Планируемые накладные расходы ООО «Петровский кирпич»

Название	Норматив затрат, %	База распределения
Общехозяйственные (административные)	5	Стоимость материалов и комплектующих
Общепроизводственные	30	Стоимость материалов и комплектующих
Коммерческие	5	Валовый объем продаж

Численность персонала должна быть такой, чтобы на предприятии реализовывался месячный план выпуска продукции, и в то же время простои были минимальны. Общая численность персонала на начальном этапе будет составлять 26 человек. Расчет фонда заработной платы и численности персонала ООО «Петровский кирпич» представлены в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Расчет фонда заработной платы ООО «Петровский кирпич»

Должность	Количество, чел.	Средняя заработная плата работника в мес., руб.
1	2	3
Административно-управленческий персонал		
Директор	1	45000
Начальник отдела кадров	1	25000
Начальник коммерческого отдела	1	30000
Начальник производственного отдела	1	35000
Главный бухгалтер	1	27000
Основной производственный персонал		
Инженер-технолог	1	25000
Оператор-рабочий	2	23000
Формовщик	3	23000
Теплотехник	1	20000
Укладчик	3	20000

Продолжение таблицы 3.15

1	2	3
Кладовщик	1	21000
Грузчик	3	20000
Вспомогательный персонал		
Водители	4	21000
Уборщик	1	15000
Заведующий по хозяйственной части	1	21000
Электрослесарь	1	15000
ИТОГО:	26	

По результатам произведенных расчетов сформированы отчет о финансовых результатах (Приложение А) и план привлечения и использования денежных средств ООО «Петровский кирпич» (Приложение Б).

Анализ финансовой отчетности является частью комплексного, в частности финансового, анализа деятельности любой коммерческой организации.

Целью анализа финансовой отчетности является получение ключевых параметров, дающих объективную и наиболее точную картину финансового состояния и финансовых результатов деятельности организации. Она состоит в своевременном выявлении и устранении недостатков в финансово-хозяйственной деятельности предприятия и в нахождении резервов улучшения его финансового состояния [8; С.4].

В отчете о финансовых результатах представлены показатели доходов и расходов.

Валовый объем продаж за анализируемый период увеличится с 13615875,00 руб. до 34214250,00 руб.

Валовая прибыль за расчетный период деятельности организации вырастет с 10211906,52 руб. до 25660687,5 руб.

Первую прибыль предприятие получит на третий год работы, которая составит 3856923,6 руб. Соответственно она будет облагаться налогом в размере 771384,72 руб.

В таблице 3.16 приведены результаты расчета интегральных показателей работы ООО «Петровский кирпич».

Таблица 3.16 – Интегральные показатели

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	10
Период окупаемости, РВ, мес.	29
Дисконтированный период окупаемости, DPВ, мес	33
Средняя норма рентабельности, ARR, %	19
Чистый приведенный доход, NPV, руб.	18215093,57
Индекс прибыльности, PI	1,2
Внутренняя норма рентабельности, IRR, %	37

Исходя из данных, представленных в таблице 3.16, можно сделать следующие выводы:

1. Для реализации рассматриваемого проекта потребуются инвестиции в размере 28152000,00 рублей.
2. Сумма чистого дисконтированного потока составляет 18215093,57, 00 рублей.
3. Индекс доходности равен 13.
4. Средняя норма рентабельности составляет 19%, это говорит о том, что инвестиции окупаются.
5. Внутренняя норма рентабельности составляет 37%.

Отдельно следует отметить: дисконтированный период окупаемости по данному проекту составляет 33 месяца, что является довольно хорошим результатом.

Таким образом, можно сделать вывод: данный проект является перспективным и выгодным с экономической точки зрения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках представленной работы были выявлены основные вызовы внешней среды, проанализированы конкурентные преимущества проекта, проведен технико-технологический анализ, подробно изложена ресурсная часть, выявлены основные риски и проведена экономическая оценка эффективности проекта.

Планируемое к созданию предприятие ООО «Петровский кирпич» только выходит на рынок и первоначально планирует занять 5% рынка.

Основной объем производства кирпича ручной формовки в России приходится на несколько предприятий: «Богатинский кирпич», «ОСТ-клинкер», «Faber Jar», «Донские зори», «Варениковский завод».

Для определения целевой аудитории было проведено сегментирование потребителей. Основными потребителями кирпича ручной формовки являются строительные компании, посредники и частные лица.

Производимая продукция предприятия будет выпускаться под марочным названием «Петровский кирпич».

Совокупная стоимость проекта составляет 28152000,00 рублей. Первоначальное финансирование предприятия будет осуществляться за счет собственного капитала, сформированного из денежного вклада учредителей общества с ограниченной ответственностью общей суммой 10152000,00 рублей и средств от инвестора – 18000000,00 рублей. Денежные средства будут потрачены на покупку автотехники и оборудования, покупку и оснащения помещения, подбор и обучение персонала.

Расчет основных интегральных показателей по проекту показал, что проект является довольно привлекательным с экономической точки зрения, о чем свидетельствуют следующие значения показателей: период окупаемости вложений составил 33 месяца, чистый приведенный доход за 5 лет деятельности предприятия ООО «Петровский кирпич» составит 18215093,57

рублей, средняя норма рентабельности = 19%; внутренняя норма рентабельности = 37%.

Таким образом, можно сделать вывод, что данный инвестиционный проект является жизнеспособным, экономически выгодным и может быть рекомендован к реализации.

В будущем предприятие планирует увеличивать объем производства и расширять свой ассортимент, придерживаясь концентрированной товарной политики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ 530-2012. Кирпич и камень керамические. Общие технические условия. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200100260>
2. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник/ Г. Д. Антонов, О.П. Иванова – ИНФРА-М, 2018. – 300 с.
3. Аникин Б.А. Логистика производства: теория и практика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.А. Волочиенко, Р.В. Серышев; отв. ред. Б.А. Аникин. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 454 с.
4. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А.А. Алексеев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 259 с.
5. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта/ И.Т. Балабанов. — 2-е изд. — М.: Финансы и статистика, 2018. – 219 с.
6. Беленькая В.И. Система мотивации сотрудников в организации: теоретический аспект / В.И. Беленькая, Т.П. Карпова. – Самара, 2020. – 189 с.
7. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р.Бест // Манн, Иванов и Фербер – 2019. – 292 с.
8. Васин С.Г. Управление качеством. Всеобщий подход: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Васин. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с.
9. Волочиенко В.А. Логистика производства: теория и практика / В.А. Волочиенко, Р.В. Серышев. – Москва: Юрайт, 2019. – 96 с.
10. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка/ Л.П. Владимирова. — М.: Дашков и К, 2019. – 188 с.

11. Герасимов Б.И. Управление качеством: резервы и механизмы: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Е.Б. Герасимова, А.Ю. Сизикин. - М.: Форум, 2018. - 384 с.
12. Григорьев М.Н. Коммерческая логистика: теория и практика: учебник для СПО / М.Н. Григорьев, В. В. Ткач. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 507 с.
13. Ежова В.А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий: учебное пособие / В. А. Ежова – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. – 96 с.
14. Елохов А.М. Управление качеством: Учебное пособие / А.М. Елохов. - М.: Инфра-М, 2018. - 672 с.
15. Зайцев Г.Н. Управление качеством в процессе произв.: Учебное пособие / Г.Н. Зайцев. - М.: Риор, 2019. - 160 с.
16. Кострова А.А. Анализ финансовой отчетности по российским международным стандартам: учебное пособие / А.А. Кострова – Ярославль: ЯрГУ, 2018 – 94 с.
17. Лукинский В.С. Логистика и управление цепями поставок: учебник и практикум для СПО / В.С. Лукинский, В.В. Лукинский, Н.Г. Плетнева. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 359 с.
18. Мельников В.П. Логистика: учебник для академического бакалавриата / В.П. Мельников, А.Г. Схиртладзе, А.К. Антонюк; под общ. ред. В.П. Мельникова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 288 с.
19. Новицкий Н.И. Основы менеджмента: организация и планирование производства (задачи и лабораторные работы). — М.: Финансы и статистика, 2018. – С. 98.
20. Отварухина Н.С. Управление конкурентоспособностью / Н.С. Отварухина, В. Р. Веснин. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 336 с.
21. Разумов В.А. Управление качеством: Учебное пособие / В.А. Разумов. - М.: Инфра-М, 2018. - 288 с.

22. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 343 с.
23. Салимова Т.А. Управление качеством: Учебник / Т.А. Салимова. - М.: Омега-Л, 2019. - 560 с.
24. Хацкелевич А.Н. Маркетинг: учебно-методическое пособие / А.Н. Хацкелевич, А.А. Ясырева, Е.А. Антинескул, А.А. Лекомцева – Пермь, 2019 – 121 с.
25. Чубинский А.Н. Основы управления качеством: учебное пособие / А.Н. Чубинский, И.М. Батырева, Д.С. Русаков - Санкт-Петербург, 2018 - 60 С.
26. Щепеткин Е.Н., Управление качеством: учеб.пособие/ Е.Н. Щепеткин. – Екатеринбург: Урал. Гос. Лесотехн. Ун-т, 2019. – 122 с.
27. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебник для вузов / Юданов А.Ю. – М.: ГНОМ и Д, 2018. – 304 с.
28. Баранов Е.В. Анализ рынка и потребительских свойств керамического кирпича / Е.В. Баранов, С.С. Сазанов, Т.И. Шелковникова. [Электронный ресурс] 2019. - №12 / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-i-potrebitelskih-svoystv-keramicheskogo-kirpicha/viewer>
29. Гордеев К.С., Жидков А.А., Слюзнева К.В., Закунова Е.Д., Анисимова А.Е. Оптимизация логистических издержек на предприятии // Современные научные исследования и инновации. 2019. - № 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/06/89546>
30. Гребенникова В.А., Васюта Е.А. Финансы и кредит // Финансовые критерии оптимизации отдельных направлений логистической деятельности предприятия: теоретико-методический аспект. – 2016. - №29 (701). – С. 30-38.
31. Ермакова Ю.С. Методы и средства управления качеством при производстве кирпича керамического / Ю. С. Ермакова, И. А. Серебряная, А.

А. Матросов, Д. С. Серебряная / Вестник Евразийской науки, 2019. - №3 – С. 10

32. Ермакова Ю.С. Разработка модели бизнес-процессов на предприятии по производству ручной формовки. [Электронный ресурс] 2018. - №1 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-modeli-biznes-protsessov-na-predpriyatii-po-proizvodstvu-kirpicha-ruchnoy-formovki/viewer>

33. Жевнерович И.В. Актуальные вопросы развития современ. общества // Критерии оптимизации и показатели эффективности складской логистики. – 2017. – С. 55 – 58.

34. Лукинова Н.А. Разработка методики определения прочности при сжатии кирпича ручной формовки. [Электронный ресурс] 2019. - №2 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-metodiki-opredeleniya-prochnosti-pri-szhatii-kirpicha-ruchnoy-formovki/viewer>

35. Скворцов Д.А, Факторы роста себестоимости производства в России. А.Д. Скворцов. [Электронный ресурс] // URL: <https://journal.open-broker.ru/research/factory-rosta-sebestoimosti-proizvodstva-v-rossii/>

36. Токарева Ю.А. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход, Ю.А. Токарева, Н.М. Глухенькая, А.Г. Токарев – Шадринск, 2021 – С. 7-25.

Таблица А1 – Отчет о финансовой отчетности, руб.

Показатели	Планируемый год				
	04.2023 – 12.2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
Валовый объем продаж	13615875	18246783	27231750	30208500	34214250
Чистый объем продаж	13615875	18246783	27231750	30208500	34214250
Материалы и комплектующие	3403968,7	4561695,7	6807937,5	7552125	8553562,5
Суммарные прямые издержки	3403968,7	4561695,7	6807937,5	7552125	8553562,5
Валовая прибыль	10211906,2	2	20423812,5	22656375	25660687,5
Налог на имущество	91310	91810	92510	93319	94210
Административные издержки	510595,3	684254,3	1021190,6	1132818,75	1283034,37
Производственные издержки	3063571,8	4105526,1	6127143,7	6796912,5	7698206,25
Маркетинговые издержки	510595,3	684254,3	21190,6	1132818,75	1283034,75
Зарплата административного персонала	1458000	1940000	194000	1944000	1944000
Зарплата производственного персонала	2745000	3660000	3660000	3660000	3660000
Зарплата вспомогательного персонала	121500	1620000	1620000	1620000	1620000
Суммарные постоянные издержки	9594072,5	12789844,9	15486035	16379860	17582485
Амортизация	250700	375800	375800	375800	375800
Проценты по кредитам					
Суммарные непроизводственные издержки	250700	375800	375800	375800	375800
Другие издержки	658000	638000	520000	520000	520000
Убытки предыдущих периодов		382176,25	612543,9		
Прибыль до выплаты налога	-382176,25	-612543,9	3856923,6	5807405	7608192,5
Налогооблагаемая прибыль	-382176,25	-612543,9	3856923,6	5807405	7608192,5
Налог на прибыль			771384,72	1161481	1521638,5
Чистая прибыль	-382176,25	-612543,9	3085538,8	4645924	6086554

Таблица Б1 – Отчет о движении денежных средств, руб.

Основные статьи	Планируемый год				
	04.2023 – 12.2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
1	2	3	4	5	6
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	4094596,2	5761277,25	12299302,5	14731065	13644477,5
Расходные:					
Заработная плата	5418000	7224000	7224000	7224000	7224000
Сырье и комплектующие	3403968,7	4561695,7	6807937,5	7552125	8553562,5
Налоги	91310	91810	92510	93310	94210
Услуги сторонних организаций	458000	4548000	4548000	4548000	4548000
Прочие затраты	150000	150000	150000	150000	150000
<i>Итого расходы по операционной деятельности</i>	9521278,7	12485505,8	14732447,5	15477435	16479772,5
Доходные:					
Продажа продукции	13615875	18246783	27231750	30208500	34214250
<i>Итого доходы по операционной деятельности</i>	13615875	18246783	27231750	30208500	34214250
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	-28152000				
Расходные:					
Капитальные затраты	6000000				
Приобретение оборудования, механизмов	21442000				
Прочие виды инвестиционных затрат	710000				
<i>Итого расходы по инвестиционной деятельности</i>	28152000				
Доходные:					
Продажа оборудования, зданий, активов					

Продолжение таблицы Б1

1	2	3	4	5	6
<i>Итого доходы по инвестиционной деятельности</i>					
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ			-2468431,1	-3716739,2	4869243,2
Расходные:					
Выплата процентов по кредитам и займам					
Возврат кредитов, займов и инвестиций			2468431,1	3716739,2	4869243,2
Лизинговые платежи					
Другие расходы					
<i>Итого расходы по финансовой деятельности</i>			2468431,1	3716739,2	4869243,2
Доходные:					
Получение кредитов и займов					
Получение инвестиций	28152000				
Получение целевого и государственного финансировпния					
<i>Итого доходы по финансовой деятльности</i>					
Баланс наличности на начало периода		-24057403,7	-18296126,5	-8265255,1	2749070,7
Баланс наличности на конец периода	-24057403,7	-18296126,5	-8265255,1	2749070,7	15614305

Ректору ПГУ

А.Д. Гулякову

студент 1732151 5 курса ИЭУ

кафедры «МиЭБ»

зачесной формы обучения

Голубовой Екатерины

Витальевны

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Голубова Екатерина Витальевна, студент 5
курса зачесной формы обучения направления подготовки
38.03.02 Менеджмент профиль
Менеджмент организации, прошу провести проверку с
использованием системы «Антиплагиат» бакалаврской работы на тему
«Организация и разработка системы мероприятий
по производству и реализации кинико-ручной
формовки»,
выполненной мной самостоятельно, на содержание элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен с действующим Стандартом университета «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска бакалаврской работы к защите и отчисления из университета.

Голубова Е.В. / Голубова Е.В. /

Бакалаврская работа представлена на проверку 1 сентября 2022 г.

Научный руководитель

Голубова Е.В. / Голубова Е.В. /



АНТИПЛАГИАТ
ОБНАРУЖЕНИЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ

СПРАВКА

Пензенский государственный университет

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ

Автор работы: Голубкова Екатерина Витальевна
Самоцитирование
рассчитано для: Голубкова Екатерина Витальевна
Название работы: Организация и разработка системы предприятия по производству и реализации кирпича ручной
формовки
Тип работы: Выпускная квалификационная работа
Подразделение: МиЗБ

РЕЗУЛЬТАТЫ

■ ОТЧЕТ О ПРОВЕРКЕ КОРРЕКТИРОВАЛСЯ: НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ ДО КОРРЕКТИРОВКИ

ЗАИМСТВОВАНИЯ	24.38%	ЗАИМСТВОВАНИЯ	24.38%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ	62.69%	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ	62.69%
ЦИТИРОВАНИЯ	12.93%	ЦИТИРОВАНИЯ	12.93%
САМОЦИТИРОВАНИЯ	0%	САМОЦИТИРОВАНИЯ	0%

ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 01.09.2022

ДАТА И ВРЕМЯ КОРРЕКТИРОВКИ: 12.09.2022 09:42

Структура документа: Проверенные разделы: содержание с.1, 12, основная часть с.2-11, 13-59, библиография с.60-64, приложение с.64-68
Модули поиска: ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс; Сводная коллекция РГБ; Цитирование; Переводные заимствования (RuEn); Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu); Переводные заимствования по Интернету (EnRu); Переводные заимствования издательства Wiley (RuEn); eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ; Медицина; Диссертации НББ; Коллекция Национальной Библиотеки Узбекистана; Перефразирования по eLIBRARY.RU; Перефразирования по Интернету; Патенты СССР, РФ, СНГ; Модуль поиска "ПГУ"; СМИ России и СНГ; Шаблонные фразы; Кольцо вузов; Издательство Wiley; Переводные заимствования

Работу проверил: Бахтеев Юсеф Джафярович

ФИО проверяющего

Дата подписи:

12.09.2022

Подпись проверяющего



Чтобы убедиться
в подлинности справки, используйте QR-код,
который содержит ссылку на отчет.

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование
корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего.
Предоставленная информация не подлежит использованию
в коммерческих целях.

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОТЗЫВ

НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

Студента Голубковой Екатерины Витальевны
на тему «Организация и разработка системы управления предприятия по
производству и реализации кирпича ручной формовки»

Тема бакалаврской работы актуальна ввиду того, что растущие объемы строительства предполагают все большее потребление кирпича. Его применяют в построении частных домов, каминов, печей, для декора экстерьеров и интерьеров. Производители совершенствуют его, предлагая разнообразие текстур, фактур, декоративных возможностей. И лучше всего с данной задачей справляется кирпич ручной формовки.

В первой главе студент провел подробное исследование рынка, оценил конкурентов и их преимущества, провел анализ потребителей, что позволило оценить перспективы развития предприятия и его конкурентоспособность.

Во второй главе студент дал характеристику производимой продукции, описал технологию производства и логистику производственных и распределительных процессов.

В третьей главе студент представил организационную структуру управления предприятием и персоналом, сформировал стратегию организации и систему качества, провел экономическое обоснование предлагаемых мероприятий, в результате которых выяснил, что проект является перспективным и может быть рекомендован к реализации.

Голубкова Екатерина Витальевна проявила самостоятельность в процессе работы, работоспособность, ответственность, трудолюбие, творческий подход, работала с энтузиазмом, сумела правильно организовать рабочий процесс. Студент обладает логическим мышлением, достойно аргументирует и отстаивает свою точку зрения. За время написания бакалаврской работы представляла все материалы в необходимые сроки в соответствии с планом, оперативно реагировала на все указанные руководителем ошибки.

В целом бакалаврская работа соответствует предъявляемым требованиям, может быть рекомендована к защите, и заслуживает положительной оценки, а её автор присвоения квалификации бакалавр по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Руководитель:

д.э.н., профессор

Бахтеев Ю.Д.

ПГУ, кафедра «Менеджмент и экономическая безопасность»

31 августа 2011г.


подпись