

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

«Разработка системы управления предприятия по производству
электробытовой техники»

Студент группы 19ЭМ1
(номер группы)
Руководитель к.т.н., доцент кафедры «МиЭБ»
(должность)
ФГБОУ ВО «ПГУ»
(наименование организации)
Нормоконтролер ст.преподаватель
(должность)
кафедры «МиЭБ» ФГБОУ ВО «ПГУ»
(наименование организации)

К.С.С.С.С.С. 08.06.23 Кондрашова Дарья
(подпись, дата) Станиславовна
(фамилия, инициалы)
С.С.С.С.С. 08.06.23 Зубков А.Б.
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)
Шурупов Т.Я. 08.06.23 Шурупова Т.Я.
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 09.06.2023 № 11)

Заведующий кафедрой

С.В.С.С.С. 09.06.23 Тактарова С.В.
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой хорошо (протокол ГЭК от 26.06.23 № 7)

Секретарь ГЭК

Шуруп Т.Я. 26.06.23 Шурупова Т.Я.
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

Пенза 2023

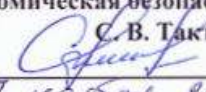
**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

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


20 ноября 2022

ЗАДАНИЕ

на бакалаврскую работу студента

Кондрашовой Дарьи Станиславовны
(фамилия, имя, отчество)

Тема бакалаврской работы «Разработка системы управления предприятия по производству
электробытовой техники»

1. Утверждена приказом по ФГБОУ ВО «ПГУ» № 1092/ от « 09 » декабря 2022
2. Срок сдачи студентом законченной работы 23.06.2023
3. Основные источники, необходимые для написания работы: нормативные и правовые акты, учебная, научная и методическая литература
4. Перечень подлежащих разработке вопросов: провести анализ рынка электробытовых товаров, дать оценку конкурентов и их конкурентных преимуществ, дать характеристику производимой продукции предприятия, разработать логику производственных и распределительных процессов, построить организационную структуру управления предприятием и рассмотреть систему управления персоналом, разработать стратегии предприятия, рассмотреть систему управления качеством организации, представить экономическое обоснование предлагаемых мероприятий
5. Работа иллюстрируется презентацией материалов, созданной с использованием приложения PowerPoint. Регламент доклада с презентацией материалов составляет 5–7 мин

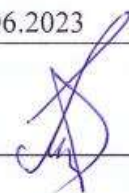
6. Дата выдачи задания 08.12.2022
Руководитель  Зудов А. Б.
(подпись)

Задание принято к исполнению 08.12.2022 
(дата и подпись студента)

Календарный план разработки бакалаврской работы

Наименование разделов	Объем работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
Маркетинговые исследования рынка	20%	12.12.2022 - 15.02.2023	<i>выполнено</i>
Технико-технологическое обоснование производства продукции	22%	15.02.2023 - 27.03.2023	<i>выполнено</i>
Формирование системы эффективного управления предприятием	25%	27.03.2023 - 15.05.2023	<i>выполнено</i>
Разработка введения, заключения, уточнение литературных источников и приложений	25%	15.05.2023 - 19.06.2023	<i>выполнено</i>
Оформление работы, подготовка презентации	8%	19.06.2023 - 22.06.2023	<i>выполнено</i>

Руководитель _____



Зубков А.Б.

РЕФЕРАТ

Пояснительная записка состоит из: 64 листов, 25 рисунков, 23 таблиц, 40 литературных источников, 3 приложений.

СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЭЛЕКТРОБЫТ», ЭЛЕКТРОБЫТОВАЯ ТЕХНИКА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ПЛАНИРОВАНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ.

Цель работы – исследовать и разработать комплекс управленческих, маркетинговых, производственных и экономических решений создания и эффективного управления предприятием по производству электробытовой техники.

В процессе работы проведены маркетинговые исследования конкурентов и потребителей, разработаны мероприятия по подготовке, продвижению продукции и стимулированию сбыта, оценены конкурентные позиции предприятия и продукта, проведен финансовый анализ инвестиций и результатов проекта.

В результате, спроектирована документация эффективного управления предприятием по производству электробытовой техники ООО «ЭЛЕКТРОБЫТ».

Рассчитан годовой объем прибыли ООО «ЭлектроБыт», который составит 5,211 млн. руб. Выполнен расчет периода окупаемости инвестиций учредителей. Выбранный вид деятельности характеризуется быстрым сроком окупаемости, равным в среднем 2,5 года.

Все показатели эффективности инвестиций данного проекта находятся на высоком уровне. Следовательно, разработанный проект является экономически выгодным и привлекательным.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА.....	6
1.1 Анализ рынка.....	6
1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ.....	9
1.3 Анализ потребителей.....	15
2 ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ.....	20
2.1 Характеристика производимой продукции.....	20
2.2 Технология производства продукции.....	25
2.3 Логистика производственных и распределительных процессов.....	29
3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	34
3.1 Построение организационной структуры управления предприятием и управление персоналом.....	34
3.2 Формирование стратегий организации.....	37
3.3 Управление качеством в организации.....	44
3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	59

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях наблюдается достаточно большой спрос на электробытовую технику. В домашних условиях, на даче, в производственной и строительной сфере – она используется буквально повсюду.

В современном мире нельзя обойтись без множества существующих на сегодня бытовых электроприборов. Они используются повсеместно, без них невозможно представить быт современного человека, они облегчают процесс ведения им домашнего хозяйства, придают комфорт повседневной жизни, механизмируют и автоматизируют все и простые, и сложные бытовые процессы. Сегодня производство электробытовой техники и других электрических устройств развивается большими темпами, повседневный быт любого человека наполнили различные электробытовые товары, такие как пылесосы и утюги, мультиварки и микроволновки, холодильники, стиральные машины, телевизоры, различные осветительные и обогревательные приборы кондиционеры, телевизоры, персональные компьютеры, цифровые видеокамеры и фотоаппараты, а также другие предметы повседневного быта.

Современный мир уже просто немыслим без электробытовых товаров, так как они позволяют экономить время на домашние дела, поддерживают климат и порядок в доме, облегчают домашний труд, способствуют сохранению запасов провизии и т.д.

Совсем недавно один бытовой электроприбор выполнял только одну конкретную функцию, современная же бытовая техника многофункциональна, она предусматривает в своей функциональности множество способов применения, становясь всё более и более универсальной в применении. При этом одним из наиболее значимых ключевых критериев при выборе электробытовой техники является их стоимость, долговечность, надежность.

Такой важный фактор, как стоимость электробытовой техники складывается из следующих параметров: качество, которое зависит от сырья и

материалов, из которых он изготовлен; мощность электроприбора; долговечность; предоставляемый гарантийный срок; расход электроэнергии; наличие дополнительных функций и узлов в инновационной конструкции, внешний вид, дизайн и т.п.

В современных условиях репутация знаменитых производителей электробытовой техники является еще одной дополнительной гарантией постоянной прибыли.

В связи с вышесказанным принятая к рассмотрению тема бакалаврской работы выглядит весьма актуальной для итоговой оценки уровня профессиональной подготовки менеджера.

Целью бакалаврской работы является разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить ситуацию, сложившуюся на региональном отраслевом рынке по производству электробытовой техники;
- разработать систему маркетинга и предложить мероприятия по продвижению товара;
- обосновать логистику производственных и распределительных процессов;
- разработать стратегию функционирования и развития данного предприятия;
- выполнить анализ принятой системы управления предприятием и управление персоналом;
- рассмотреть управление качеством в организации;
- дать экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования выступает ООО «ЭлектроБыт», специализирующееся на производстве электробытовой техники.

Предметом исследования – система управления данным предприятием.

Теоретическую и методологическую базу исследования составили разработки, обоснованные в трудах зарубежных и отечественных ученых,

посвященных актуальным вопросам разработки системы управления современными производственными предприятиями.

При подготовке бакалаврской работы использовались такие методы исследования, как системный анализ, статистический и экономико-математический методы, а также SWOT-анализ, наблюдение, сравнение, описание.

1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

1.1 Анализ рынка

Российский рынок по производству электробытовой техники является зрелым рынком, который характеризуется такими особенностями, как: большой потенциал развития; большой спрос на бытовую технику; низкий процент импортируемых составляющих.

В период 2020 - 2022 гг. рынок электробытовой техники вырос на 15%. По оценкам специалистов в течение 2023–2025 гг. потребление электробытовой техники будет плавно расти в связи с тем, что эти приборы необходимы как для физических (для дома, для дачи), так и для юридических лиц.

Что примечательно – основной рост рынка произошёл за счёт внутреннего производства, что говорит о развитии российских производителей, совершенствовании производственных технологий и повышении спроса на отечественную продукцию - рисунок 1.1.

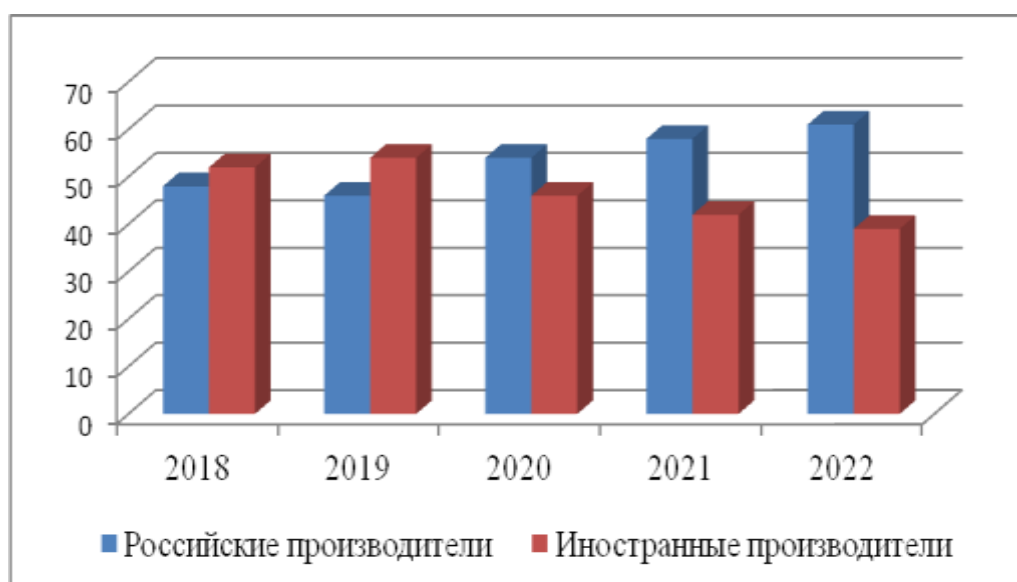


Рисунок 1.1 – Структура рынка электробытовых товаров

Как показывают данные рисунка 1.1., начиная с 2020 г. и по современное время доля российских производителей электробытовых товаров преобладает

над иностранными производителями. Такой важный фактор, как стоимость электробытовой техники, который складывается из таких составляющих, как качество, зависящее от сырья и материалов, из которых он изготовлен, мощность, показатели долговечности, срок службы, расход электроэнергии, дополнительные функции, внешний вид является основным при осуществлении покупки. В современных условиях репутация российских производителей электробытовой техники является еще одной дополнительной гарантией постоянной прибыли.

Однако в зависимости от ценового сегмента присутствие иностранных производителей значительно отличается. Так на рынке низкого ценового сегмента доля иностранных производителей достаточно велика. Следует отметить, что на данном рынке доминируют китайские производители, которые предлагают продукцию по низкой цене, с которой отечественные производители практически не могут конкурировать. При этом, как показали исследования, качество этой продукции не соответствует установленным нормам [13].

Основными поставщиками на данном рынке являются предприятия Германии, Финляндии, Белоруссии и Китая - рисунок 1.2.

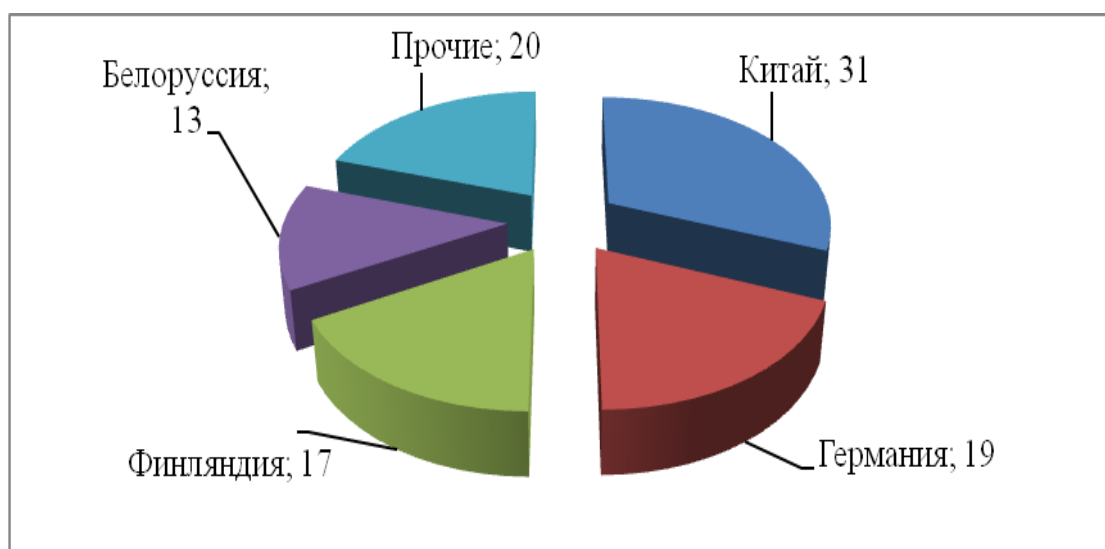


Рисунок 1.2 – Структура импорта электробытовой техники, %

По мнению большинства экспертов и участников рынка электробытовой техники, на долю российского производителя приходится в среднем 65% производства.

На рисунке 1.3 рассмотрим концентрацию производства электробытовой техники по федеральным округам РФ.

Следует отметить, что наибольшая концентрация предприятий по производству электробытовой техники приходится на Российский Центральный округ, где по данным за 2022 г. расположено около 60% производственных предприятий, в связи с этим и уровень конкуренции в Центральном регионе самый значительный.

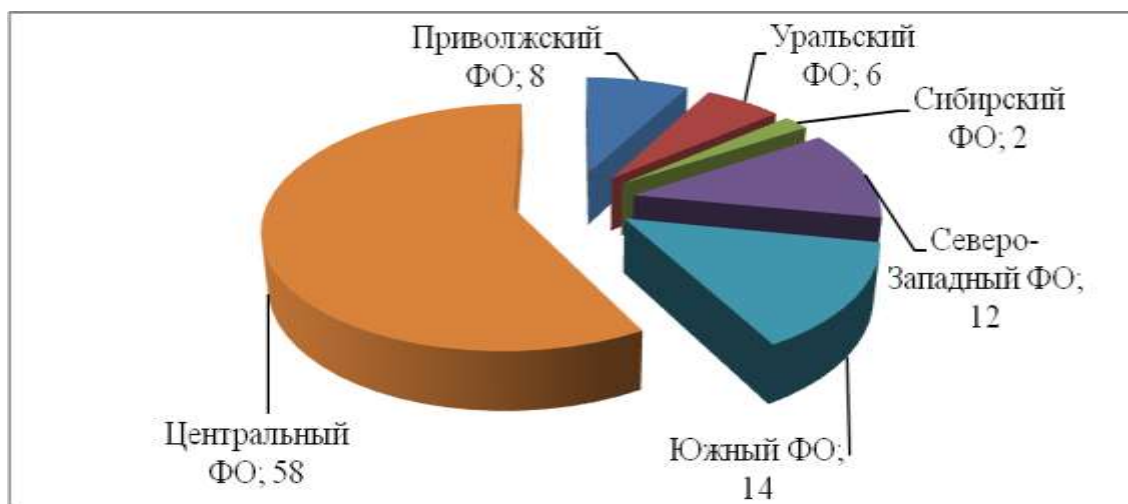


Рисунок 1.3 - Концентрация производства электробытовой техники по федеральным округам РФ, %

Южный округ РФ стоит на втором месте по количеству производственных предприятий, здесь сосредоточено около 15% производителей электробытовой техники. Конкуренция в Южном округе значительно ниже, чем в Центральном.

На третьем месте по количеству производителей электробытовой техники стоит Северо-Западный федеральный округ, в котором находится в среднем 10-

12% предприятий по производству электробытовой техники, поэтому здесь конкуренция незначительна [24].

Таким образом, проведенный анализ показывает, что рынок производства электробытовой техники показывает ежегодный рост, причем, в Приволжском федеральном округе имеет место быть не столь высокая конкуренция, что создает предпосылки для успешного развития данного направления бизнеса в Пензенской области.

1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ

Для анализа и оценки конкурентов и их конкурентных преимуществ ООО «ЭлектроБыт» рассматривается конкурентная среда, на основании модели пяти сил М. Портера.

По данной теории говорится, что на деятельность организации влияют пять основных сил, а именно: угроза появления товаров и услуг-субститутов; отраслевая конкурентная борьба; способность поставщиков диктовать свои условия; угроза появления новых конкурентов; способность покупателей диктовать свои условия [19].

В настоящее время на территории г. Пензы и всей России в целом, действует большое число организаций, занимающихся производством и реализацией электробытовых товаров. Среди них можно выделить следующие группы основных конкурентов:

- конкуренты-гиганты (например, компания «Elbest»), которые занимаются производством и реализацией различных видов электроустановочной и светотехнической продукции, как импортной, так и отечественной;
- средние производители, такие как ООО «ProElectro», на долю которых приходится 7-9% производства;
- малые предприятия, которые производят электротовары

узкоспециализированные и в небольшом количестве (например, предприятие ООО ПКО «Компакт-Оптима», ООО «Энерго-холдинг», ООО «Светотехника» и т.п.).

Каждый из производителей электробытовых товаров имеет свои преимущества и недостатки. В таблице 1.1 проведем общую оценку конкурентоспособности для выяснения конкурентной ситуации в отрасли.

Таблица 1.1 – Оценка конкурентной ситуации в отрасли

№ п/п	Показатели	Оценка
1	Количество конкурентов	1
2	Цены конкурентов	2
3	Преимущества конкурентов	1
4	Уровень входных барьеров	2
5	Вероятность снижения цен	2
6	Вероятность повышения качества	2
7	Размеры конкурирующих компаний	1
8	Агрессивность	2
9	Налаженные личные связи	2
10	Материально-техническая база	4
11	Скорость изменения технологии	4
12	Стадия развития отрасли (спад, подъем)	5
Итого		2,3

Как показывают данные таблицы 1.1, в современной экономике рынок по производству электробытовых товаров является растущим рынком. Средняя оценка конкурентной ситуации в рассматриваемой отрасли составляет 2,3 балла, причем постоянно происходит улучшение материально-технической базы производства и совершенствование технологий производственных процессов [21].

Каждый год объем оборотов на нем увеличивается на 2-3% в зависимости от сектора. С учетом показателей роста по сегментам и объемов этих сегментов, аналитики прогнозируют ежегодный рост рынка в тех же пределах.

Рынок электробытовых товаров не имеет официального деления на различные сегменты по назначению систем, однако, за годы его существования возникла вполне устоявшаяся структура (рисунок 1.4).

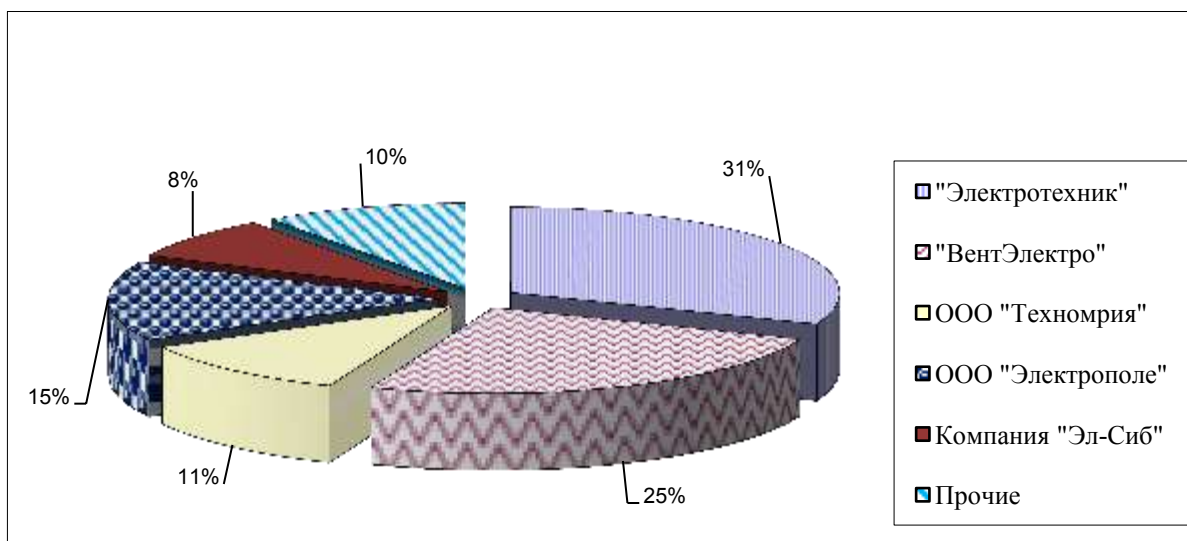


Рисунок 1.4 - Структура рынка электробытовых товаров в России

Для ООО «ЭлектроБыт» основными конкурентами на Пензенском рынке являются: ООО «Электрощит», ООО «Энерго-холдинг», ООО «Светотехника», ООО «Гарант» (рисунок 1.5).

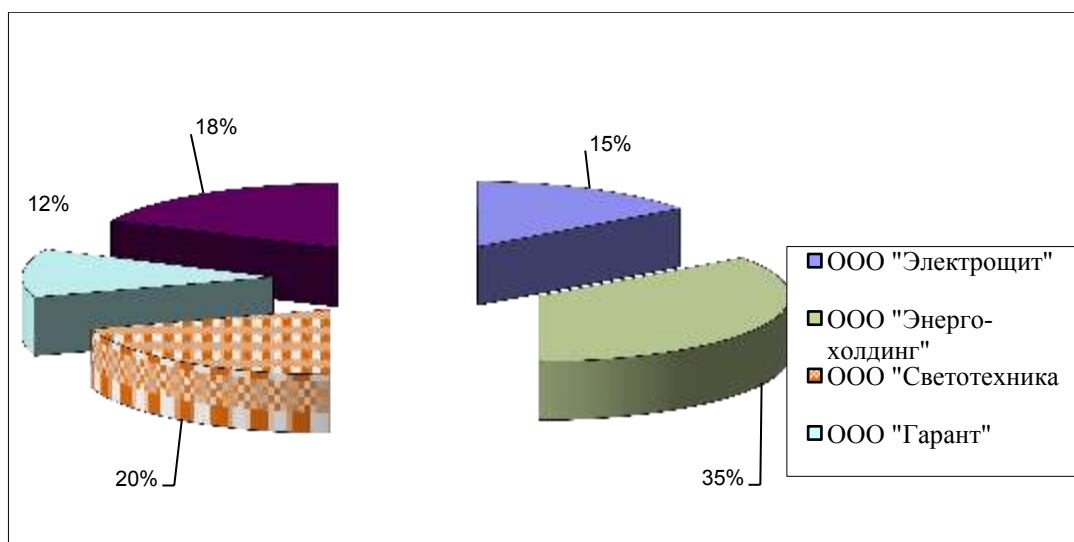


Рисунок 1.5 - Доля участников рынка электробытовых товаров в г. Пензе

Наибольшую долю на данном рынке занимает ООО «Энерго-холдинг». Так как рассматриваемые предприятия находятся недалеко, они являются

основными конкурентами ООО «ЭлектроБыт» и в разработке инновационных товаров, в завоевании рынков сбыта [18].

Предприятие оказывает клиентам всестороннюю поддержку в части поставок и гарантийного обслуживания предлагаемого оборудования в лице высококвалифицированных и технически грамотных специалистов.

Рассматриваемая в работе отрасль привлекает к себе высоким уровнем прибыли, постоянно растущим спросом на электробытовые товары. В связи с этим количество предприятий, стремящихся в данную отрасль, постоянно растет. Изначально новые предприятия, пришедшие в данную отрасль, предлагают свои товары по более низким ценам, чем те производители, которые давно освоили рынок электробытовых товаров [25]. Такое положение дел приводит к непропорциональности увеличения потребительского спроса и предложения на рынке электробытовых товаров, что, конечно же, нежелательно для вновь создаваемого предприятия ООО «ЭлектроБыт».

Оценка особенностей позиционирования ООО «ЭлектроБыт» перед основными конкурентами представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Оценка условий позиционирования конкурентами своих предложений

Параметры позиционирования	УЦ - уровень доступности цен	УК – уровень качества	УС – уровень системы стимулирования сбыта
q - вес важности параметра (0 – 1)	0,5	0,7	0,2
Результаты экспертной оценки (V)			
Параметры эталонного товара	9	9	9
Параметры товара ООО «ЭлектроБыт»	8	8	7
Параметры товара ООО «Энерго-холдинг»	8	8	8
Параметры товара ООО «Энергощит»	7	8	7
Параметры товара ООО «Светотехника»	8	7	7
Параметры товара ООО «Гарант»	6	7	8

При проведении маркетинговых исследований рынка электробытовых товаров, ориентируясь на запросы потребителей, важно знать, какие составляющие и какие показатели производимых товаров больше всего интересуют потенциальных клиентов, каким элементам они отдают предпочтение.

Параметры позиционирования, разделенные по степени важности, позволяют определить место производимых товаров на принятом целевом сегменте рынка в сравнении с предложениями основных конкурентов [27].

Результаты экспертной оценки условий позиционирования представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Результаты экспертной оценки позиционирования

Результаты экспертной оценки с учетом веса параметров ($Q = q \times V$)				Сумма $\sum Q_j$
Параметры эталонного товара	4,5	6,3	1,8	12,6
Параметры товара ООО «ЭлектроБыт»	4,0	5,6	1,4	11,0
Параметры товара ООО «Энерго-холдинг»	4,0	5,6	1,6	11,2
Параметры товара ООО «Энергощит»	3,5	5,6	1,4	10,5
Параметры товара ООО «Светотехника»	4,0	4,9	1,4	10,3
Параметры товара ООО «Гарант»	3,0	4,9	1,6	9,5

Конкурентные преимущества ООО «ЭлектроБыт» рассмотрены в таблице 1.4

Преимущество ООО «ЭлектроБыт» перед конкурентами заключается в качественном исполнении электробытовых приборов и осуществлении технической поддержки, именно это является основным направлением для успешного продвижения производимой продукции.

Таблица 1.4 – Конкурентные преимущества ООО «ЭлектроБыт»

Критерий	Показатель	Оценка (от 0 до 10)
Рекламные акции	СМИ (ТВ, Интернет)	1
	наружная реклама	4
	СМИ, наружная реклама,	1
	газеты, журналы	
Охват рынка	город	8
	область	6
	страна	4
	ближнее зарубежье	1
Гарантийное обслуживание	до 1 года	5
	больше 1 года	9
Долговечность	до 5 лет	5
	от 5 до 10 лет	7
	свыше 10 лет	8
Цена	до 1000 руб. за шт.	5
	от 1000 до 5000 руб. за шт.	8
	свыше 5000 руб. за шт.	5

Определяем относительное положение предприятий на принятых целевых сегментах рынка - таблица 1.5.

Таблица 1.5 – Относительное положение предприятий на целевом сегменте

Относительное значение оценки позиционирования G для конкурирующих предприятий				
Параметры товара ООО «ЭлектроБыт»	Параметры товара ООО «Энерго- холдинг»	Параметры товара ООО «Энергошит»	Параметры товара ООО «Светотехника»	Параметры товара ООО «Гарант»
0,87	0,89	0,83	0,82	0,75

Относительное значение оценки позиционирования для конкурирующих предприятий представляет собой отношение суммарного значения показателя ΣQ_j товаров-конкурентов к аналогичному показателю эталонного товара $\Sigma Q_{\text{эталон}}$, т.е.

$$G = \frac{\Sigma Q_j}{\Sigma Q_{\text{эталон}}} \quad (1)$$

Таким образом, по сравнению с конкурентами, у ООО «ЭлектроБыт» небольшой ассортимент производимых товаров, но ценовая политика более

гибкая, что позволяет ООО сбывать более большие партии электробытовых товаров, покрывая большую часть своих расходов. Поэтому, для того чтобы выйти на новые рынки сбыта, за пределы Пензенской области, необходимо расширить ассортимент производимых электробытовых товаров, ориентируясь на запросы потребителей, при этом важно знать, какие составляющие и какие показатели производимых товаров больше всего интересуют потенциальных клиентов, каким элементам они отдаются предпочтения потребителей.

1.3 Анализ потребителей

Важной задачей маркетинговых исследований, проводимых на любом предприятии, в том числе и в ООО «ЭлектроБыт», является исследование потребительского спроса и факторов, влияющих на принятие решения о приобретении того или иного продукта.

Для выявления предпочтений потребителей ООО «ЭлектроБыт» проводит исследование их приоритетов, предпочтений, которыми они изначально руководствуются при приобретении ими электробытовых товаров. Исследование обычно проводится в виде опроса с помощью специально разработанных анкет, где учитываются покупательские интересы, пожелания клиентов в приобретении готовых изделий [31].

С помощью анкетирования выясняются мнение клиентов о приобретаемых товарах, какие факторы оказывают влияние на приобретения, какой производитель и его характеристика, что важнее для клиента – цена или качество приобретаемых товаров, пожелания клиентов в отношении дизайна электробытовых товаров ООО «ЭлектроБыт».

По полученным данным проводится анализ, подводятся итоги, согласно которым вырабатываются конкретные предложения, выполняются корректировки для наиболее полного удовлетворения запросов потребителей.

Для грамотного позиционирования своих предложений на принятом товарном рынке производитель/продавец должен провести сегментацию рынка

с целью выявления конкретных групп в наибольшей степени заинтересованных в них потенциальных покупателей [33].

Электробытовые товары являются товарами технического назначения. Поэтому для сегментации рынка данных товаров первостепенное значение имеют экономические и технологические критерии, и уже в меньшей степени остальные: географические, демографические, социальные, психографические и поведенческие.

Электробытовые товары можно сегментировать следующим образом:

- по выгодам. Сегментирование по выгодам предполагает, что приобретают эти товары те потребители, которые преследуют определенную выгоду – долгосрочность и надежность;
- по формам собственности. Государственные и частные предприятия, физические лица, которые являются потребителями электробытовых товаров;
- по географическому признаку. Отечественные и зарубежные потребители.

Основные потенциальные потребители данного рынка рассмотрены на рисунке 1.6.

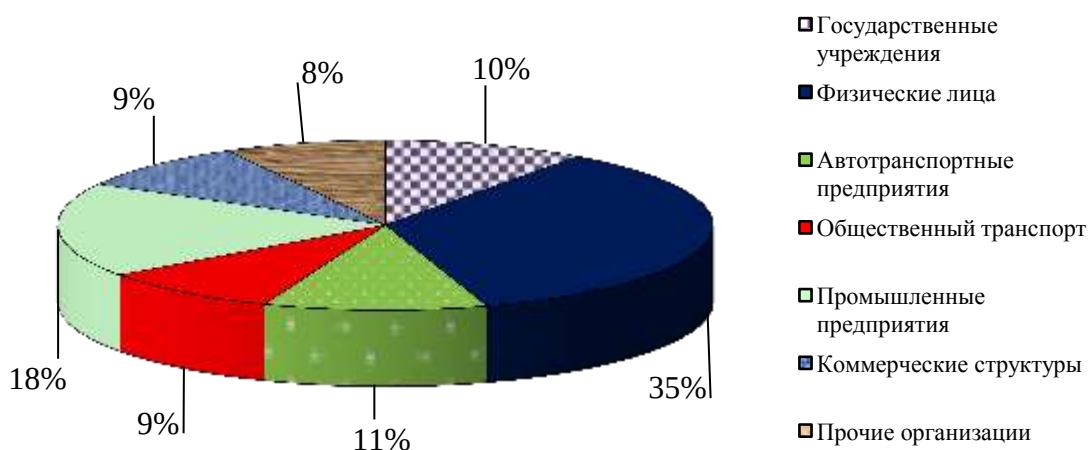


Рисунок 1.6 - Основные потенциальные потребители электробытовых товаров

Как показывают данные на рисунке 1.6 основными потенциальными потребителями электробытовых товаров, являются физические лица, на долю которых приходится 35% всех производимых товаров, доля других потребителей данной продукции распределилась почти равномерно и составляет от 8% до 11%.

Рост показателей российской экономики стимулировал рост числа физических лиц, имеющих свои дома, дачи, другие строения и, таким образом, увеличил число потребителей электробытовых товаров в данном секторе.

Далее проведем анализ рынка по географическому признаку использования электробытовых товаров. На рисунке 1.7 рассмотрены основные сегменты, для которых осуществляет свою деятельность ООО «ЭлектроБыт».

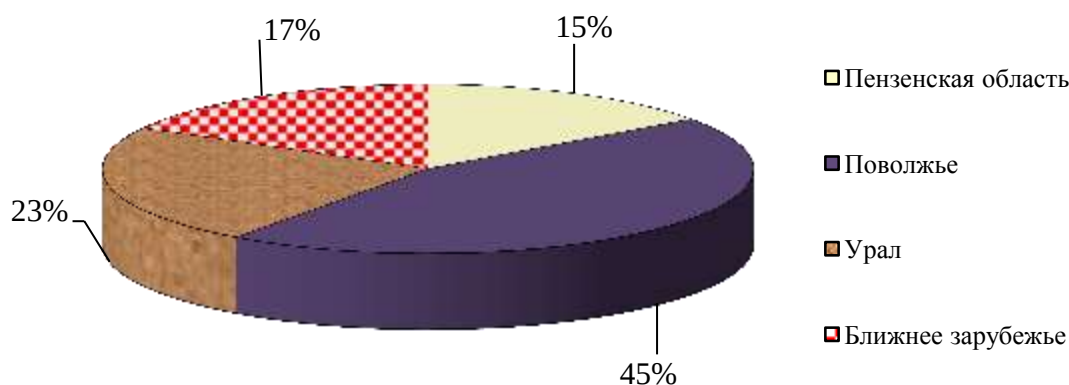


Рисунок 1.7 - Сегментация по географическому признаку

Как показывает сегментация использования электробытовых товаров по географическому признаку, основным потребителем является Поволжский регион (за вычетом Пензенской области), на долю которого приходится 45% потребления. Второе место по сегментации занимает Уральский Федеральный округ, на долю которого приходится 23% рынка. Ближнее зарубежье - третий по счету потребитель электротехнических товаров, на который приходится 17% рынка. Остаточная часть рынка приходится на Пензенскую область – 15%.

В своей маркетинговой политике предприятие ООО «ЭлектроБыт» довольно интенсивно использует инструменты маркетинговых коммуникаций: мероприятия по стимулированию сбыта, размещение рекламы, связи с общественностью и элементы прямого маркетинга [34]. Отдел маркетинга на нем создается с целью повысить эффективность бизнеса. Сотрудники отдела маркетинга ООО «ЭлектроБыт» выполняют следующие функции: планирование маркетинговой деятельности; проведение рыночных исследований; формирование ценовой и ассортиментной политики; повышение уровня продаж; анализ и оценка результатов маркетинговой деятельности.

Для выполнения этих коммуникаций каждый сотрудник отдела маркетинга должен выполнять основные задачи, представленные на рисунке 1.8.

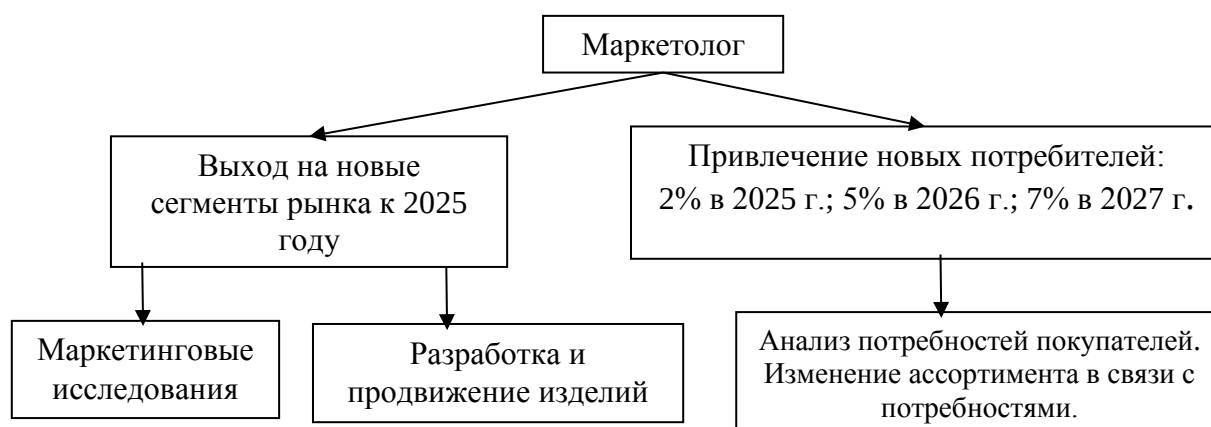


Рисунок 1.8 - Задачи маркетолога предприятия ООО «ЭлектроБыт»

Отдел маркетинга на первых порах включает двух штатных сотрудников. Для решения некоторых маркетинговых задач мы используем аутсорсинг. Кроме того, отделу маркетинга помогают дилеры и другие сотрудники нашего предприятия [26].

Таким образом, электробытовые товары являются товарами технического назначения. Поэтому для сегментации данного рынка, важное значение имеют экономические и технологические факторы, а также географические,

демографические, социально - экономические, психографические и поведенческие.

Электробытовые товары также следует сегментировать по выгодам, которое предполагает, что потребители электробытовых товаров преследуют соответствующую, определенную выгоду, для кого-то это долговечность, для другого, это прочность и надежность, для третьего, это потребляемая мощность и т.п.

2 ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

2.1 Характеристика производимой продукции

На 1 октября 2023 года планируется создание на базе действующего предприятия АО «Радиозавод» в городе Пензе предприятия ООО «ЭлектроБыт».

Предприятие ООО «ЭлектроБыт», исходя из количества работающих на предприятии работников, является малым предприятием. Сегодня в нашей стране, как и в экономике, практически всех развитых стран, малый и средний бизнес играет важнейшую роль. На малых и средних предприятиях занято до половины работающего населения любой страны. Малый бизнес имеет множество преимуществ это, прежде всего, самостоятельность, гибкость, помощь государства, высокая адаптивная способность к рыночным изменениям. Разнообразный характер деятельности малых предприятий создает для них широкие возможности и создает конкурентную среду.

ООО «ЭлектроБыт» создается в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью, это разновидность объединения капиталов учредителей, которое основано на совместной собственности определенного круга лиц. Признаками ООО являются:

- деление его уставного капитала на доли определенных учредительными документами размеров;
- участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Уставной капитал не превышает стократного размера минимальной оплаты труда на день регистрации общества. Высшим органом управления ООО является общее собрание его участников. В обществе создается коллективный или единоличный исполнительный орган, осуществляющий

текущее руководство его деятельностью и подчиненный общему собранию участников общества. Участник общества вправе продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале общества или ее часть одному или нескольким участникам данного общества, а также третьим лицам в соответствии с условиями, предусмотренными с уставом общества. Если в соответствии с уставом отчуждение доли участника третьим лицам невозможно, а другие участники общества от ее покупки отказываются, общество обязано выплатить участнику ее действительную стоимость, либо выдать в натуре имуществом соответствующее такой стоимости. Участник ООО вправе в любое время выйти из общества независимо от согласия других участников при этом.

Предприятие находится в частной собственности. Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации. Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «ЭлектроБыт»; сокращенное наименование на русском языке: ООО «ЭлектроБыт». ООО «ЭлектроБыт» и его офис располагаются по адресу: Россия, 445047 г. Пенза, ул. Северная, д. 36.

Собственный капитал данного предприятия в размере 13 000 000 руб. предполагается сформировать из вкладов учредителей. Предприятие будет изготавливать электробытовые приборы. Для устойчивой деятельности предприятия потребуется 43 работника. Планируется, что предприятие за счет собственных средств арендует помещение (арендная плата 190 000 руб.) и приобретет оборудование в кредит общей стоимостью 15 000 000 руб., необходимое для организации производства.

Электробытовые товары должны соответствовать стандартам безопасности и одновременно соответствовать современным технологиям и требованиям современного дизайна. Помимо обеспечения безопасности, производимые электротовары должны быть экономичными и простыми в использовании. Что касается продукции ООО «ЭлектроБыт», то, как ее

внешний дизайн, так и разнообразие цветов создаются с учетом современных потребностей рынка. С этой целью ООО, имеющий в наличии не только оборудование, но и программное обеспечение по последнему слову техники, высококвалифицированную команду работников, занимается поиском новых достижений и созданием новых разновидностей электробытовых товаров.

Также ООО «ЭлектроБыт» при производстве электробытовых товаров будет придерживаться двух очень важных аспектов, которые должны учитываться при их производстве:

- во-первых, невозгорание. По этой причине, в электробытовых товарах постоянные и передвижные контакты должны пропускать электрический ток пропускной мощности и должно иметь точное и плотное соприкосновение контактов;

- во-вторых, электрический ток, проходя через контакты, поднимает температуру свыше $750\text{ }^{\circ}\text{C}$, при которой может произойти искрение, что может являться причиной самопроизвольного возгорания. Вследствие этого необходимо обеспечить, чтобы при температуре до $850\text{ }^{\circ}\text{C}$ не происходило искрения или же обеспечивалось самозатухание.

На рисунках 2.1-2.4 представлены виды электробытовых товаров, производимых в ООО «ЭлектроБыт».



Рисунок 2.1 – Сушильный шкаф «Дачник-4»



Рисунок 2.2 – Сушильный шкаф «Дачник-3»



Рисунок 2.3 – Сушильный шкаф «Дачник-2»

Сушильные электрошкафы «Дачник-4», «Дачник-3», «Дачник-2» предназначены для заготовки в домашних условиях фруктов, овощей, ягод, грибов, трав и других продуктов растительного происхождения методом сушки, а также подогрева пищи и приготовления диетических блюд. «Дачник-3» - инфракрасная сушиллка для овощей и фруктов.

Также планируется освоить выпуск светильников для теплиц и оранжерей с электронным балластом. Они предназначены для подсвечивания рассады различных растений (цветов, овощных культур) и ведения полного цикла светокультуры в условиях закрытого грунта. Светильник тепличный полностью приспособлен для работы с отечественными электрическими сетями.



Рисунок 2.4 – Светильники тепличные

Светильники для теплиц способствуют эффективному фотосинтезу, создавая интенсивное и равномерное подсвечивание. Светильники защищены от самовозгорания и не требуют постоянного контроля. Разогрев лампы до выхода в номинальный режим происходит в течение 7-10 минут, что способствует увеличению рабочего ресурса лампы.

За счет постоянного значения мощности на лампе обеспечивается оптимальный режим работы. Лампы не требуют частой замены. Стабильный свет без перебоев и мерцания позволяет выращивать растения с самого начала появления ростков над поверхностью земли до стадии их созревания. При необходимости замены ламп используйте только подходящие по требованиям, чтобы исключить дальнейшие перебои в работе светильников.

Кроме производства электробытовых приборов, ООО «ЭлектроБыт» осуществляет такие виды деятельности, как сборочные работы, в частности, электромонтажные работы, сварка, пайка, токарные работы, поставка комплектующих, поиск аналогов оборудования и т.п.

Предприятие ООО «ЭлектроБыт» имеет преимущества, которые выгодно отличают его от других производителей аналогичных товаров, а именно:

- современное оборудование, ориентированное на высокое качество производимых товаров, скорость производства, надежность;

- профессионализм и ответственность, каждый сотрудник - профессионал, отвечающий полностью за свой труд и результаты;
- качество материалов и комплектующих, обладающих высокими показателями надежности и термостойкости.

Целью предприятия является получение стабильной прибыли, расширение сбытовой деятельности, формирование положительного имиджа.

Политикой ООО «ЭлектроБыт» в области качества является производство электробытовых товаров, отвечающих требованиям потребителей, для достижения которых ставятся такие задачи, как:

- постоянное исследование запросов потенциальных потребителей производимых товаров;
- разработка новых видов электробытовых товаров;
- снижение себестоимости производства и повышение качества производимых товаров.

Таким образом, решая поставленные задачи, электробытовые товары должны соответствовать стандартам безопасности, соответствовать современным технологиям и требованиям современного дизайна. Помимо обеспечения безопасности, производимые электротовары должны быть экономичными и простыми в использовании, создаваться с учетом современных потребностей рынка. С этой целью ООО «ЭлектроБыт», имеющий в наличии не только оборудование, но и современное программное обеспечение, квалифицированную команду работников, должно постоянно заниматься поиском новых достижений и созданием все новых электробытовых товаров.

2.2 Технология производства продукции

Рассмотрим организацию технического процесса производства электробытовых товаров. Производственный процесс представлен на рисунке 2.5.

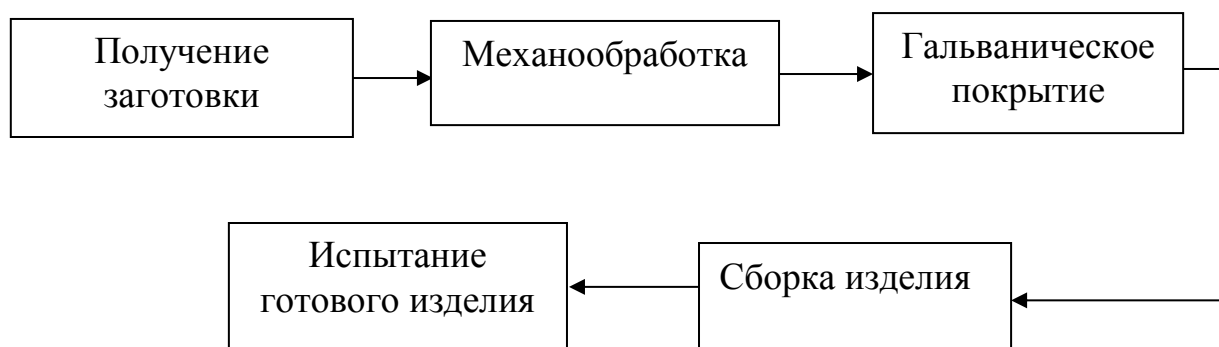


Рисунок 2.5 -Технический процесс производства электробытовых товаров

Этапы производственного процесса.

Первый этап – получение заготовки с помощью холодновысадочного автомата.

Второй этап, далее заготовка проходит механообработку, где и формируется вид готового изделия.

Третий этап – гальваническое покрытие изделия.

Четвертый этап, на этом этапе происходит непосредственно сборка готового изделия – шкафа, светильника и т. п.

Пятый этап – заключительный этап - испытание готового изделия.

В свою очередь технический процесс изготовления электробытовых товаров ООО «Электробыт» состоит из двух этапов.

1. Изготовление деталей.

Бухта устанавливается на устройство и автоматически подается в рабочую зону холодновысадочного автомата. На холодновысадочном автомате высаживаются заготовки и транспортируются на механообрабатывающий участок. На механообрабатывающем участке на токарно-фрезерных и настольно-сверлильных станках заготовки сверлятся, растачиваются, подрезаются, обрабатывается поверхность и т.д., далее заготовка транспортируется на нарезной станок; на станке в полуавтоматическом режиме нарезается форма изделия, которая далее поступает на участок промывки. На данном участке изделие отмывается от мелкой стружки и масла, в качестве

моющего раствора применяется техническое моющее средство. После каждой операции производится контроль размеров детали и изделия в соответствии с чертежом специальными калибрами. Далее они транспортируются на гальванический участок для покрытия. В гальванической ванне, предварительно загруженные в барабаны, в автоматическом режиме покрываются цинковым раствором. После покрытия детали и изделия контролируются по толщине покрытия и внешнему виду, укладываются в специальную тару, в которой отправляются на сборочный участок.

2. Сборка готового изделия.

Поступив в кладовую сборочного участка, электродетали и изделия проходят выборочный входной контроль по чертежным размерам. Далее из кладовой они поставляются непосредственно на сборочный участок на рабочее место. Сборщик проводит контроль внешнего вида и комплектующих деталей для сборки. Далее они передаются на операцию контроля герметичности. Контроль герметичности производится в цеховом приспособлении, допускаемое давление $0,8 \pm 0,08$ МПа. Далее детали и изделия передаются на место обжимки и покрытия лаком.

Далее производится настройка, контролируется работоспособность контактной группы на замыкание/размыкание на специальном стенде проверки работоспособности. Годные изделия передаются на операцию завальцовки. Проверенные изделия отправляются на окончательную сборку. В заключении производят контроль внешнего вида (изделия должны соответствовать контрольному образцу) и маркировку, после чего готовые изделия упаковываются в коробку и транспортируются на склад готовой продукции для последующей реализации.

Для выполнения запланированных объемов и заключенных договоров с потребителями необходима четкая и слаженная работа всех участков предприятия. За каждым участком закреплены специалисты – инженеры, наладчики оборудования; вспомогательные рабочие – слесари-ремонтники оборудования, электрики. Для реализации стадий технического процесса

необходимо определенное оборудование, примерный состав которого указан в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Состав оборудования

Этапы производства	Состав оборудования
Получение заготовки	Холодновысадочный автомат, модель 1822 А.
Механообработка заготовки	Малый токарно-фрезерный станок МФ1; Настольно-сверлильный станок ЗИМ 226; Резьбонарезной станок, модель KRIDAN.
Гальваническое покрытие	Ванна гальваническая для покрытия.
Сборка изделия	Столы для сборки (верстак слесарный); Столы для проверки герметичности; Обжимка: пресс пневматический; Завальцовка: станок НС-16 М.
Испытание готового изделия	Стенд проверки 7Т-016.00

Характеристика производственных помещений, необходимых для функционирования предприятия ООО «ЭлектроБыт», представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Распределение площадей и суммы арендной платы

Описание	Площадь помещения, м ²	Арендная плата, руб./в год
Производственные и вспомогательные площади	324,5	715 000
Помещение под склад сырья	80,2	230 000
Помещение под склад ГП	110,0	135 000
ИТОГО	514,7	1 080 000

Стоимость аренды помещения под склады входит в общую стоимость арендной платы за цех, т.к. склады находятся непосредственно на территории производства. Договор аренды всех помещений заключен на срок 10 лет. По истечению действия договора если ни одна из сторон менее чем за 4 месяца не расторгнет договор, то он автоматически пролонгируется на следующий год.

2.3 Логистика производственных и распределительных процессов

В современных условиях на первое место выходят требования покупателя. Поэтому особенно острой становится проблема скорейшей реализации произведенных товаров, нецелесообразным является создание и содержание больших товарных запасов. Это обуславливает необходимость создания гибких производств, которые оперативно реагируют на возникший спрос.

Материальный поток от изготовления до конечного потребителя проходит определенные производственные звенья в процессе производства товаров. Управление материальным потоком носит название производственной логистики. Для управления материальными потоками в логистической системе производства используются два способа.

Первый способ - применение толкающей системы управления.

Второй способ - применение тянущей системы управления.

При выборе систем управления материальным потоком учитываются их специфика и возможность адаптации к производственным условиям предприятия. Толкающая система предусматривает переход предметов труда с участка на последующий участок по команде из центрального пункта управления. Данный способ эффективен, когда на предприятии имеется соответствующее программное, информационное и техническое обеспечение.

Тянущая система предусматривает поступление предметов труда с предыдущей операции на последующую по мере необходимости. Здесь программа отдельной технологической операции определяется размером заказа последующего звена. Эта система не требует высокой компьютеризации производства, но требует высокого уровня ответственности и дисциплины исполнителей.

На предприятии ООО «ЭлектроБыт» принята тянущая система - рисунок 2.6.

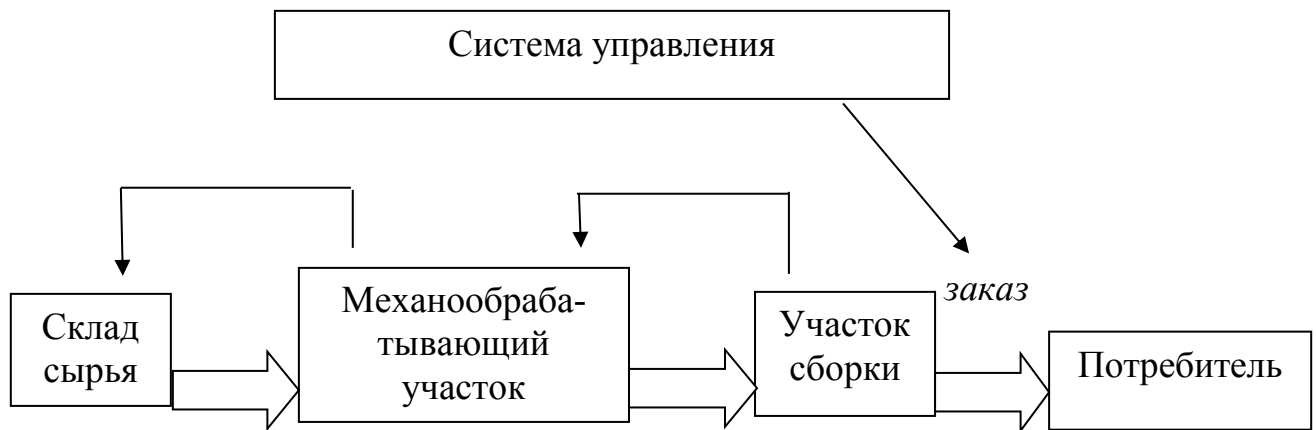


Рисунок 2.6 - Схема тянущей системы управления

Закупочная логистика (планирование потребности в материалах).

Основной целью закупочной логистики (ЗЛ) является эффективное и своевременное удовлетворение потребностей производства в сырье и материалах. Ее достижение зависит от таких задач, как:

- выдерживание сроков закупки сырья и материалов, комплектующих изделий;
- обеспечение точного соответствия между количеством поставок и потребностями в них;
- соблюдение требований производства по качеству сырья и комплектующих изделий;
- минимизация производственных затрат.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск и закупка необходимых материалов соответствующего качества по минимальным ценам. Данный расчет во многом определяет стратегию производства и сбыта производимых электробытовых товаров.

Успешные закупки сырья и материалов предполагают наличие достаточной информации о рынках, где они осуществляются. Толчком к исследованиям этих рынков могут быть относительно высокие размеры издержек, использование результатов технического прогресса, рост доли предприятия на рынке, конкуренция и т.п.

Специфика проведения подобного рода исследований зависит от типа рынка и постановки вопросов относительно его структуры и динамики. Простейший алгоритм решения задачи исследования рынка представлен в виде структуры его информационного обеспечения (рисунок 2.7).



Рисунок 2.7 - Алгоритм информационного обеспечения логистики закупок

Для эффективной логистики закупок важными факторами являются следующие факторы:

- материалы и их характеристики для производства электробытовых товаров;
- планирование закупок, обеспечивающее согласованность действий всех служб предприятия по вопросам снабжения;
- расчет потребности в материалах и комплектующих;
- определение метода закупок;
- согласованность цены и заключение договоров;
- контроль за качеством и сроками поставок материалов;

- эффективное размещение их на складе.

Целями материально-технического обеспечения производства предприятия ООО «Электробыт» являются:

- обеспечить своевременно всеми видами ресурсов требуемого количества и качества все подразделения предприятия;
- проанализировать и оценить уровень производства и качества выпускаемых товаров у конкурентов, дать предложения по повышению конкурентоспособности предприятия.

Для достижения целей необходимо выполнять следующие работы:

- постоянно принимать меры по снижению норм и нормативов расхода ресурсов;
- проводить исследования рынков поставщиков ресурсов по конкретным видам;
- нормировать потребность в конкретных ресурсах;
- создавать оптимальные условия доставки, хранения и подготовки ресурсов к производству;
- мониторинг использования ресурсов;
- анализ эффективности использования ресурсов.

На начальном этапе работы предприятия выполнением указанных целей будет заниматься начальник производства. В будущем планируется ввести в штат специалиста, отвечающего за решение данных вопросов.

Ценовая политика предприятия является важным фактором деятельности предприятия по установлению, поддержанию и изменению цен. Разработка ценовой политики в ООО «Электробыт» включает следующие этапы:

- выработка целей ценообразования;
- анализ ценообразующих факторов;
- выбор метода ценообразования.

В процессе ценообразования необходимо определить, каких целей необходимо достигнуть с помощью реализации производимых товаров. При

формулировке целей ценообразования необходимо ориентироваться на стратегические цели предприятия.

Целью ценовой политики предприятия ООО «Электробыт» является производство и максимальный сбыт электробытовых приборов.

Решение о выборе канала распределения является сложным решением, которое необходимо принять руководству предприятия. В организации товародвижения ООО «Электробыт» выбирает канал нулевого уровня, или канал прямого маркетинга, который состоит из продавца и потребителя – рисунок 2.8.

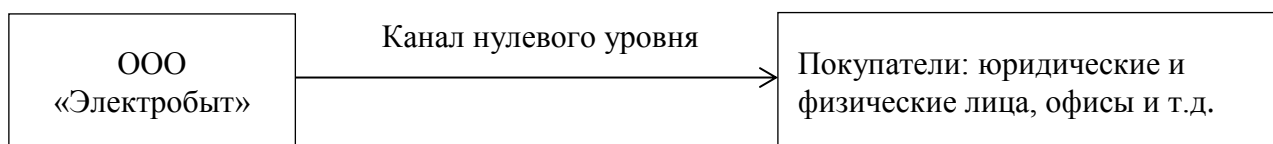


Рисунок 2.8 – Схема распределения товара по каналу нулевого уровня для ООО «Электробыт»

Таким образом, основной целью товародвижения для ООО «Электробыт» является обеспечение доставки производимых электробытовых товаров с минимально возможными издержками в нужные места. При этом в системе товародвижения первоочередное внимание уделяется интересам потребителя, а именно: готовность удовлетворить нужды клиента; своевременная доставка товара; аккуратность с товаром при погрузочно-разгрузочных работах и т.п.

3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

3.1 Построение организационной структуры управления предприятием и управление персоналом

Структура системы управления организацией представляет собой упорядоченную совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Функции управления деятельностью предприятия реализуются подразделениями аппарата управления и отдельными работниками, которые при этом вступают в экономические, организационные, социальные, психологические отношения друг с другом.

Многообразие функциональных связей и возможных способов их распределения между подразделениями и работниками определяет разнообразие возможных видов организационных структур управления.

На предприятии ООО «ЭлектроБыт» имеет место наиболее распространенная структура - линейно-функциональная, где подразделения действуют на правах штаба при линейном руководителе, помогая ему в решении всевозможных задач. Преимущества линейно-функциональной структуры управления: наличие профессионалов в подготовке управленческих решений и их ответственность; соблюдение принципа единоначалия.

Основу структуры организации «ЭлектроБыт» составляют следующие отделы: производственный отдел, отдел управления, отдел маркетинга. Организационная структура ООО «ЭлектроБыт» представлена в приложении А.

Процесс управления направлен на создание нормальных условий в сфере производства, реализации продукции собственного производства.

Расчет численности производственных рабочих производился на основе анализа технологической документации, специфики производства и рекомендаций поставщиков оборудования. Прием на работу будет

осуществляться по конкурсу, целью которого является выявление профессиональных и личностных качеств претендента на вакантную должность. Окончательное решение будет приниматься по результатам анализа итогов диагностики нескольких конкурентов. Все специалисты и руководители, будут приняты по контракту. Система оплаты труда – сдельно-премиальная, дополнительное вознаграждение зависит от соблюдения качества выпускаемой и увеличения объемов ее продаж. Для административного персонала устанавливаются оклады согласно плану по персоналу - таблица 3.1.

Таблица 3.1 – План по персоналу

Структурное подразделение	Должность	Количество штатных единиц
	Генеральный директор	1
Бухгалтерия	Бухгалтер	1
Производственный отдел	Зам. директора по производству	1
Экономический отдел	Экономист	1
Конструкторский отдел	Главный конструктор	1
	Менеджер по персоналу	1
Лаборатория	Инженер – технолог	2
	Инженер - схемотехник	2
	Инженер - программист	1
Отдел снабжения и сбыта	Маркетолог	1
	Менеджер по снабжению и сбыту	1
Отдел ОТК	Начальник	1
	Технический контролёр	2
Монтажно-сборочный участок	Начальник	1
	Мастер	1
	Монтажник РЭА	5
	Сборщик	4
	Лакировщица	3
Электромеханический цех	Начальник	1
	Инженер-электрик	2
	Электрик	2
Склад	Зав. складом	1
	Упаковщица	2
Испытательная лаборатория	Начальник	1
	Лаборант	2
	Уборщица	2
Итого		43

Для производства планируемых объемов продукции необходим персонал численностью 43 человека.

В функции управления им входят:

- технологическая и техническая подготовка производства;
- технико-экономическое планирование;
- учет и финансовая деятельность;
- экономический анализ производственно-финансовой деятельности предприятия, а также принятие решений, необходимых для достижения поставленных целей.

На генерального директора возложена ответственность за организацию всей производственной деятельностью предприятия. Директор осуществляет контроль за хозяйственно-финансовой деятельностью; качество выпускаемой продукции; состояние учета, контроля и сохранность материальных ценностей; подбор и расстановку кадров; издание и соблюдение приказов, инструкций и трудового законодательства в целом.

Бухгалтер осуществляет учет финансово-хозяйственных операций на предприятии. Он проверяет товарные отчеты; производит начисление заработной платы работникам предприятия; ведет учет кассовых операций; контролирует движение денежных средств на расчетном счете; ведет учет доходов и расходов предприятия; осуществляет начисление налогов и перечисление их в бюджет соответствующего уровня.

Обеспечение потребности ООО «ЭлектроБыт» в персонале предусматривается за счет:

- рабочих, высвобождаемых в связи с конверсией;
- выпускников колледжей и общеобразовательных школ;
- выпускников ПТУ (лицеев).

Для дальнейшего расширения производства и увеличения объемов спроса на электробытовые товары, предприятие ООО «ЭлектроБыт» планирует

осуществлять расширение штата сотрудников по мере возникновения производственной необходимости.

3.2 Формирование стратегий организации

Выбор миссии является ответственным решением при стратегическом планировании, так как миссия служит важным ориентиром для всех последующих этапов функционирования предприятия, одновременно накладывает определенные ограничения на направления деятельности при анализе альтернатив его развития. Миссия предприятия – это смысл и предназначение предприятия, можно сказать, философия предприятия, которая выражается в ценностных ориентациях.

Руководство предприятия ООО «ЭлектроБыт» ставит своей целью лидерство в области издержек и качества производимой продукции. Миссия предприятия состоит в повышении качества российских электробытовых товаров.

Свою деятельность предприятие рассматривает как вклад в общее дело развития государства. Свое предназначение для общества и потребителей видит: в индивидуальном подходе к каждому покупателю; в обеспечении соответствия производимых товаров общим и индивидуальным потребностям потребителей; в обеспечении одинаково высокого качества продукции независимо от ее вида и объема производства.

Свое предназначение для персонала предприятия видит: в обеспечении достаточного уровня оплаты труда; в постоянном повышении его профессионального уровня; в непрерывном совершенствовании производственного процесса на основе его стратегического планирования, использования современных высоких технологий и информационных систем; в постоянном развитии инфраструктуры и социально-экономической базы предприятия.

Определение целей — очень важный этап планирования на предприятии, так как достижению этих целей будет подчинена вся последующая его деятельность. Дерево целей ООО «ЭлектроБыт» представлено в приложении В.

Для достижения целей ставятся следующие задачи: минимизация издержек; оптимальное использование ресурсов; достижение финансовой независимости; обеспечение профессионального роста и материального благополучия сотрудников; обеспечение постоянной доходности предприятия; обеспечение оптимальной загрузки производства; формирование имиджа предприятия; контроль качества продукции.

Кадровые цели: повышение квалификации работников за счет разработки системы материального и нематериального стимулирования сотрудников. Коммуникативные цели - повышение имиджа предприятия.

Расширение географии деятельности предприятия предусматривает привлечение дилеров и дистрибьюторов, успешно работающих на рынке систем безопасности.

Следует обратить внимание на то, что поставленные стратегические цели не остаются неизменными, они будут подвергаться корректировке и пересмотру каждый год, как и предполагается в процессе стратегического планирования. Они будут корректироваться в зависимости от условий как внутренней, так и внешней среды предприятия. В корректировке стратегических целей предприятия будут принимать участие следующие референтные группы: учредители, генеральный директор, работники. Ответственность за внедрение и последствия стратегических целей несет генеральный директор предприятия.

Для того чтобы получить ясную оценку сил предприятия и ситуации на рынке разработаем для него матрицу SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы.

Сильные стороны предприятия – это то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может

заключаться в имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования. Слабые стороны предприятия, это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или что-то, что пока не удастся по сравнению с другими компаниями и ставит предприятие в неблагоприятное положение.

Возможности, это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.п. Угрозы – это события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей и т. п.

Исходя из выше сказанного, была сформирована матрица SWOT для ООО «ЭлектроБыт», которая представлена в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – SWOT-анализ ООО «ЭлектроБыт»

Сильные стороны	Слабые стороны
Применение передовых технологий при производстве электробытовых товаров. Высокая квалификация рабочих, занятых на выполнении ключевых процессов производства электробытовых товаров. Своевременность выполнения заказов. Конкурентное преимущество по цене	Неизвестность торговой марки. Высокая зависимость от поставщиков материалов и комплектующих. Отсутствие у предприятия отлаженных каналов сбыта. Негибкая политика работы с клиентами (сложная процедура предоставления кредитов и т.д.)
Возможности	Угрозы
Доступные кредитные ресурсы. Доступность современных технологий производства. Покупка зарубежного оборудования по сниженным таможенным пошлинам Расширение ассортимента электробытовых товаров Государственная поддержка малого бизнеса.	Появление на рынке товаров-аналогов с большим набором функциональных свойств. Усиление конкуренции на рынке, появление новых конкурентов Рост цен на энергоресурсы и материалы

Для выявления степени влияния факторов внешней среды на деятельность ООО «ЭлектроБыт» используем PEST–анализ - это инструмент, предназначенный для выявления политических (Policy), экономических (Economy), социальных (Society) и технологических (Technology) аспектов внешней среды, которые могут повлиять на процесс формирования стратегии компании. PEST–анализ ООО «ЭлектроБыт» представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – PEST–анализ ООО «ЭлектроБыт»

Группа факторов	№	Конкретный фактор	Вес группы	Вес фактора	Результу- ющий вес фактора
1. Политические	П1	Нормативное регулирование рынка электротоваров	Гп = 3 балл	Гп1 = 5 балл	Рп1 = 15 баллов
	П2	Государственная поддержка малого предпринимательства		Гп2 = 3 балл	Рп2 = 9 баллов
	П3	Поддержка со стороны государства развития инновационных технологий		Гп2 = 3 балл	Рп3 = 9 баллов
	П4	Программы правительства по обеспечению малого бизнеса		Гп2 = 4 балл	Рп4 = 12 баллов
2. Экономические	Э1	Уровень инфляции	Гэ = 5 балл	Гэ1 = 3 балл	Рэ1 = 15 баллов
	Э2	Динамика курса национальной валюты		Гэ2 = 2 балл	Рэ2 = 10 баллов
	Э3	Изменение налоговых ставок		Гэ3 = 4 балл	Рэ3 = 20 баллов
	Э4	Доступность кредитных ресурсов		Гэ4 = 5 балл	Рэ4 = 25 баллов
3. Социально-демографические	СД1	Уровень жизни населения	Гс = 3 балл	Гс1 = 5 балл	Рс1 = 15 баллов
	СД2	Изменение потребительских предпочтений		Гс2 = 5 балл	Рс2 = 10 баллов
	СД3	Уровень образования		Гс3 = 4 балл	Рс3 = 12 баллов
	СД4	Расслоение общества по доходам		Гс4 = 4 балл	Рс4 = 12 баллов
4. Технологические	Т1	Развитие информационных технологий	Гт = 4 балл	Гт1 = 5 балл	Рт1 = 20 баллов
	Т2	Темпы обновления технологий		Гт2 = 4 балл	Рт2 = 16 баллов
	Т3	Доступность современных технологий		Гт3 = 4 балл	Рт3 = 16 баллов
	Т4	Развитие НИОКР		Гт4 = 3 балл	Рт3 = 12 баллов

Суммарное значение результирующих факторов в каждой группе определяет ее рейтинг. В нашем случае оно следующее:

$$\Sigma_{\Pi} = R_{\Pi} = 45 \text{ баллов}; \Sigma_{\mathcal{E}} = 70 \text{ баллов}; \Sigma_{\text{CD}} = 49 \text{ баллов}; \Sigma_{\text{T}} = 64 \text{ балла}.$$

Наиболее значимой является группа экономических факторов внешней среды ($\Sigma_{\mathcal{E}} = 70$ баллов), которая получает рейтинг $R=1$. Следующей по мере уменьшения рейтинга является группа технологических факторов с рейтингом $R=2$, далее следуют группа социально-демографических факторов $R=3$ и группа политических факторов $R=4$. Таким образом, при помощи PEST-анализа выявлена значимость факторов внешней среды, которые оказывают влияние на предприятие ООО «ЭлектроБыт». Дальнейший анализ позволяет учесть их характер (возможность или угроза), оценить срочность реагирования предприятия на каждый фактор.

Для оценки срочности реагирования и характера изменения факторов строим таблицу 3.4 профиля среды, которая позволяет поставить результирующую оценку каждому фактору и определить их взаимные приоритеты.

Таблица 3.4 – Профиль среды ООО «ЭлектроБыт»

Фактор среды	Вес R (балл)	Срочность реагирования	Характер изменения	Результирующая оценка (балл)
П1	15	1	-	-15
П2	9	2	+	+18
П3	9	2	+	+18
П4	12	1	+	+12
Э1	15	2	-	-30
Э2	10	2	+	+20
Э3	20	2	+	+40
Э4	25	3	+	+75
CD1	15	3	+	+45
CD2	10	3	+	+30
CD3	12	2	+	+24
CD4	12	2	-	-24
T1	20	3	+	+60
T2	16	3	+	+48
T3	16	2	+	+32
T4	12	1	+	+12

В ней приняты следующие обозначения:

- «Фактор среды» - перечень факторов среды, оказывающих влияние на предприятие;
- «Вес фактора» (R)- результирующий вес фактора;
- «Срочность реагирования»:
 - а) 1 балл - нет необходимости реагировать срочно, следует провести дальнейшее обследование и анализ тенденций;
 - б) 2 балла - необходимо активно реагировать на выбор решений;
 - в) 3 балла - необходимо срочно реагировать, решения принимаются оперативно;
- «Характер изменения» - оценка благоприятности воздействия, то есть новая возможность - (+1); или неблагоприятности, угроза, опасность - (-1).
- «Результирующая оценка» - произведение оценок по столбцам.

Наиболее благоприятными для ООО «ЭлектроБыт» являются экономические факторы.

Из технологических факторов наибольшее влияние на предприятие оказывают развитие информационных технологий в анализируемой отрасли, а также степень их доступности для предприятий.

Далее проведем экспертный анализ внутренней среды ООО «ЭлектроБыт» по 10-балльной шкале оценки (таблица 3.5).

С учетом выше сказанного предприятие ООО «Электро» отдает приоритет в ценовой политике поиску выгодных поставщиков сырья и материалов, увеличению объема производства и реализации производимой продукции, снижению издержек при производстве электробытовых товаров.

Увеличение объема продаж произойдет за счет повышения производительности труда, за счет проведения ежегодных маркетинговых исследований потребностей потребителей в новых видах электробытовых товаров.

Таблица 3.5 – Результаты анализа внутренней среды ООО «ЭлектроБыт»

Основные направления анализа	Оценка состояния (балл)
Маркетинговая деятельность	
1. Наличие и качество сегментации рынка	6
2. Позиционирование основных продуктов на сегментах	6
3. Ориентированность продуктов на требования рынка	7
4. Рациональность политики ценообразования	8
5. Эффективность продвижения продуктов на рынки продаж	8
6. Эффективность продаж	7
Фактический уровень	66,7%
Производственная деятельность	
1. Планирование процессов оказания услуг	8
2. Система снабжения	9
3. Эффективность оказания услуг	7
4. Использование ресурсосберегающих технологий	8
5. Использование современного высокотехнологичного оборудования	9
6. Эффективность использования системы качества	8
Фактический уровень	71,7%
Организационная деятельность	
1. Соответствие орг. структуры условиям деятельности предприятия	7
2. Качество коммуникаций	6
3. Рациональность распределения полномочий и ответственности	5
4. Отработанность процедур управления, норм и правил	5
5. Использование информационных технологий управления	8
Фактический уровень	52,0%
Работа с персоналом	
1. Наличие эффективных процедур найма и роста персонала	8
2. Эффективность системы обучения и переобучения персонала всех уровней	6
3. Взаимоотношения менеджеров с работниками	7
4. Эффективность системы мотивации	8
Фактический уровень	62,5%
Финансовая деятельность	
1. Прибыльность предприятия	8
2. Эффективность инвестиционной политики	5
3. Обеспечение безубыточности	9
4. Поддержание ликвидности	9
Фактический уровень	67,5%
Фактический уровень по предприятию	61,4%
<u>Сумма баллов фактического состояния</u> Фактический уровень = Количество показателей оценки в группе	100%

Также особое внимание уделяется повышению квалификации работников за счет разработки системы материального и нематериального стимулирования сотрудников.

3.3 Управление качеством в организации

Управление качеством на предприятии предполагает организационную и техническую деятельность по обеспечению качества реализуемого товара.

Целью ООО «ЭлектроБыт», как и целью других коммерческих предприятий, является получение прибыли. Это предполагает сочетание оптимальных затрат с высоким и стабильным качеством и возможностью быстрого выхода на рынок. Следовательно, цель управления качеством для предприятия состоит в постоянном совершенствовании системы управления качеством товара, постоянном наблюдении за качеством предлагаемого товара с тем, чтобы максимально удовлетворить потребности потребителя.

Разработка политики и целей предприятия в области качества невозможна без структуры предприятия, которая дает ответ на то, какие структурные подразделения входят в ее состав, в каких отношениях они находятся, как осуществляется управление предприятием. Начальным шагом для установления структуры является определение функций предприятия.

Предприятие ООО «ЭлектроБыт» ставит перед собой следующие задачи в области управления качеством: повышение конкурентоспособности изделий; расширение доли рынка; улучшение экономических показателей предприятия.

ООО «ЭлектроБыт» будет стремиться к тому, чтобы система управления качеством эффективно функционировала на всех этапах жизненного цикла товара. Руководство предприятия определяет качество как главное конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе. Регулирование качества будет охватывать все элементы системы управления качеством.

Система управления качеством будет включать следующие этапы и виды деятельности ООО «ЭлектроБыт»:

- контроль качества электробытовых товаров;
- их хранение и реализация;
- работа с претензиями потребителя.

Большое значение на предприятии будет придаваться документальной составляющей системы управления качеством, так как документация дает возможность передать смысл и последовательность действий. Ее применение способствует:

- достижению соответствия требованиям потребителя и улучшению качества;
- обеспечению соответствующей подготовки кадров;
- повторяемости и прослеживаемости;
- обеспечению объективных свидетельств;
- оцениванию эффективности и постоянной пригодности системы менеджмента качества.

В системе управления качеством ООО «ЭлектроБыт» применяются следующие виды документов:

- документы, предоставляющие согласованную информацию о системе менеджмента качества предприятия, предназначенную как для внутреннего, так и внешнего пользования (к таким документам относятся руководства по качеству);
- документы, описывающие, как система менеджмента качества применяется к конкретному изделию, проекту или контракту (к таким документам относятся планы качества);
- документы, устанавливающие требования (к таким документам относятся спецификации);
- документы, содержащие рекомендации или предложения (к таким документам относятся методики);

– документы, содержащие информацию о том, как последовательно выполнять действия и процессы (такие документы могут включать документированные процедуры, рабочие инструкции);

– документы, содержащие объективные свидетельства выполненных действий или достигнутых результатов; к таким документам относятся записи.

Документами ООО «ЭлектроБыт», устанавливающими порядок выполнения функций и работ по качеству, будут служить должностные инструкции, положения о структурных подразделениях.

3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий

Структура капитала предприятия ООО «ЭлектроБыт».

Создание предприятия предполагает инвестиции со стороны учредителей объемом в 13 000 000 рублей. Эта сумма составляет собственный капитал предприятия. Поступления целевых взносов и их суммы отражены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Капитал предприятия ООО «ЭлектроБыт»

Наименование	Дата	Сумма, руб.
Целевой взнос 1	01.09.2023	3 500 000,00
Целевой взнос 2	01.10.2023	2 500 000,00
Целевой взнос 3	15.10. 2023	1 510 000,00
Целевой взнос 4	01.11.2023	1 390 000,00
Целевой взнос 5	01.12.2023	1 210 000,00
Уставной капитал	01.09.2023	10 000,00
Итого		

Также предполагается привлечение кредитных ресурсов объемом 3 600 000 рублей. Кредитные средства будут использованы на приобретение основных средств предприятия, а также на пополнение оборотных средств.

Кредитные поступления, их объем, и целевое предназначение отражены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Кредитные поступления

Название	Дата	Сумма, руб.	Срок, мес.	Ставка, %
Кредит на покупку автотранспорта	01.09.2023	1200000	60	13
Кредит на покупку оборудования	01.10.2023	1400000	60	13
Кредит на пополнение оборотных средств	01.11.2023	1000000	60	13

Структура собственного и заемного капитала ООО «ЭлектроБыт» представлена на рисунке 3.1.

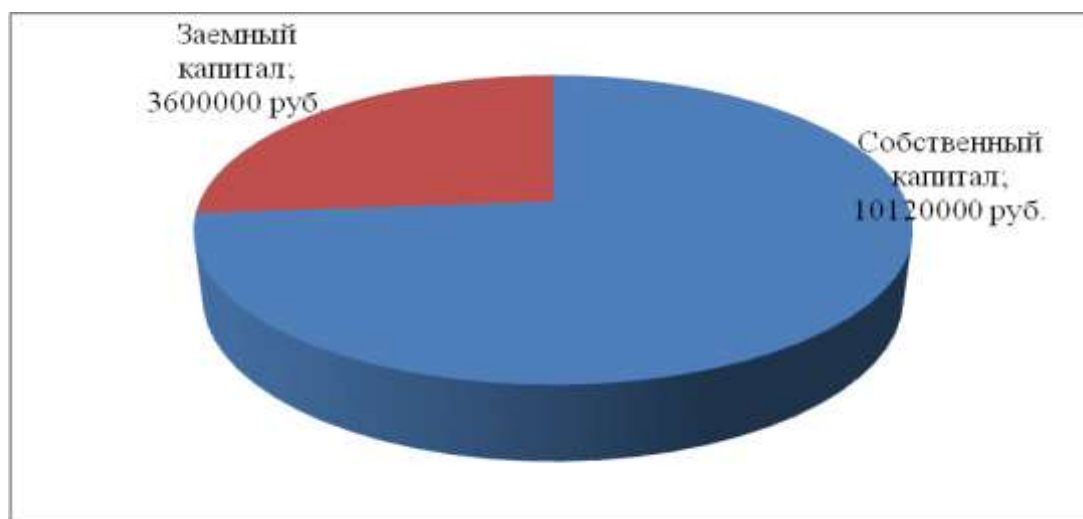


Рисунок 3.1 – Структура капитала ООО «ЭлектроБыт»

Соотношение собственных и заемных ресурсов составляет в среднем 3:1. Такое соотношение в мировой финансовой практике является оптимальным, так минимизирует риски, связанные с платежеспособностью предприятия. Необходимо постоянно придерживаться именно такой модели управления капиталом предприятия.

Привлечение заемного капитала благоприятно сказывается на развитии бизнеса, так как затраты на его обслуживание (проценты) списываются на себестоимость продукции, тем самым уменьшая налогооблагаемую базу, увеличивая эффективность использования собственного капитала.

Планируемый объем производства электробытовых товаров на начальном этапе работы предприятия представлен в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Планируемый объем производства электробытовых товаров
ООО «ЭлектроБыт»

Показатели	Сушильный шкаф	Светильники тепличные	Прочие товары
Средняя отпускная цена, руб.	1060	650	860
Объем реализации, ед.	9 000	10 000	7 000
Выручка, тыс. руб.	9 540	6 500	6 020
Всего от реализации, тыс. руб.	22 060		
Удельный вес в общем объеме прогнозируемой реализации продукции, %	46,3	29,5	27,2

Калькуляция производственной себестоимости рассчитана на примере производства сушильного шкафа «Дачник-4» и сведена в таблицу 3.9.

Таблица 3.9 – Прямые издержки производства сушильного шкафа «Дачник-4»

Наименование издержек	Руб.
Материалы и комплектующие	278,00
Нанесение краски	87,00
Сдельная з/п	100,20
Загрузка в покрасочную камеру	97,00
Маркировка	39,00
Сборочные работы	83,00
Другие издержки	95,00
Всего	779,20

Выполним расчет постоянных затрат. Это затраты, которые не зависят от объема производства. Постоянные затраты предприятия ООО «ЭлектроБыт» сведены в таблицу 3.10.

Общие затраты складываются из следующих издержек:

- затраты на управление, то есть связанные с деятельностью управленческого персонала и работников, оказывающих непосредственное содействие управленческому персоналу;

- затраты на производство, то есть связанные с деятельностью производственных работников и работников, оказывающих им содействие;

- затраты на маркетинг, то есть связанные с деятельностью маркетингового персонала и работников, оказывающих содействие.

Таблица 3.10 – Постоянные затраты предприятия ООО «ЭлектроБыт»

Постоянные затраты	Сумма, руб.	Удельный вес, %
Затраты на содержание здания	20 000	4,6
Выплата кредитов и процентов по ним	235 000	53,3
Содержание адм. аппарата	145 000	32,9
Коммунальные платежи	20 000	4,6
Прочие затраты	20 000	4,6
Итого	440 000	100

Общепроизводственные и общехозяйственные издержки, а также коммерческие издержки предприятия представлены в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Общие издержки предприятия ООО «ЭлектроБыт», руб.

Название	Сумма	График платежей
Управление		
Услуги связи	2 500,00	Ежемесячно, весь проект
Командировочные расходы	30 000,00	Ежеквартально, весь период производства
Канцтовары для офиса	1 500,00	Ежемесячно, с 4 по 60 мес.
Производство		
Электроэнергия производства	5 700,00	Ежемесячно, весь период производства
Содержание оборудования	2 500,00	Ежемесячно, весь период производства
Электроэнергия освещения	6 200,00	Ежемесячно, весь период производства
Водоснабжение и канализация	3 600,00	Ежемесячно, весь период производства
Отопление	15 600,00	Ежемесячно, весь период производства
Транспортные расходы	5 000,00	Ежемесячно, весь период производства
Ремонт здания	102 000,00	Раз в год, с 15 по 60 мес.
Хозяйственные нужды	8 000,00	Ежемесячно, весь период производства
Маркетинг		
Интернет	1 400,00	Ежемесячно, весь проект
Реклама в спец. журналах	5 000,00	Ежемесячно, весь период производства
Создание сайта	12 000,00	Разовый платеж 01.12.2023 т.
Содержание сайта	3 000,00	Ежемесячно, весь период производства
Выставки	135 000,00	Ежеквартально, с 9 по 60 мес.
Реклама в Интернете	5 700,00	Ежемесячно, весь проект
Скидки дилерам		По сложной схеме

Управленческие затраты включают в себя: услуги связи (телефон), командировочные расходы, канцелярские расходы и т.п.

К производственным затратам относятся: затраты на электроэнергию производства и освещения, содержание оборудования, водоснабжение и

канализацию, отопление, ремонт здания, хозяйственные нужды и транспортные расходы. К маркетинговым затратам относятся следующие: оплата за услуги Интернета, затраты на рекламу в Интернете и специализированных журналах, затраты на создание собственного сайта предприятия, его поддержку и обновление, выставки и затраты на скидки дилерам.

Выполним расчет себестоимости электробытовых товаров, суммарные прямые издержки по продуктовой линии ООО «ЭлектроБыт» представлены в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Суммарные прямые издержки ООО «ЭлектроБыт»

Наименование	Сумма, руб.
Сушильный шкаф	791,20
Светильники тепличные	595,80
Прочие товары	538,50

Прибыль - положительная разница между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг.

Основной функцией прибыли является отражение экономической деятельности предприятия в денежном эквиваленте. Расчет годовой прибыли предприятия представлен в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Расчет годовой прибыли предприятия ООО «ЭлектроБыт», руб.

Наименование товара	Себестоимость единицы продукции, руб.	Цена реализации, руб.	Прибыль за единицу, руб.	Объем реализации, шт.	Годовая прибыль, руб.
Сушильный шкаф	791,20	1060,00	268,80	9000	2 419 200
Светильники тепличные	595,80	650,00	54,20	10000	542 000
Прочие товары	538,50	860,00	321,50	7000	2 250 500
Итого				26 000	5 211 700

Как видно по данным таблицы 3.13, годовой объем прибыли ООО «ЭлектроБыт» составит 5, 211 млн. руб.

Выполним расчет периода окупаемости инвестиций по следующей формуле:

$$T_{\text{ок.}} = I / V \quad (2)$$

где I - объем начальных инвестиций,

V - годовой объем прибыли.

или $T_{\text{ок.}} = 13,0 / 5,211 = 2,5$ года

Исходя из всех выполненных расчетов, можно сделать вывод о том, что разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники характеризуется быстрым сроком окупаемости, равным в среднем 2,5 года.

Точка безубыточности – это объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль. Иными словами, под точкой безубыточности понимается такое состояние, когда предприятие полностью покрывает убытки, а дальнейшее производство начинает приносить прибыль.

На рисунке 3.2 построен график критической точки безубыточности производства сушильных шкафов «Дачник-4» в среднем за месяц в 2024 г.

Как видно из рисунка 3.2 критическая точка безубыточности производства сушильных шкафов «Дачник-4» ООО «ЭлектроБыт» в среднем за один месяц в 2024 году составляет 35 единиц.

В целом, исходя из всех выше представленных расчетов, следует, что все показатели эффективности инвестиций данного проекта находятся на достаточно высоком уровне, следовательно, разработанный проект является экономически выгодным и привлекательным.

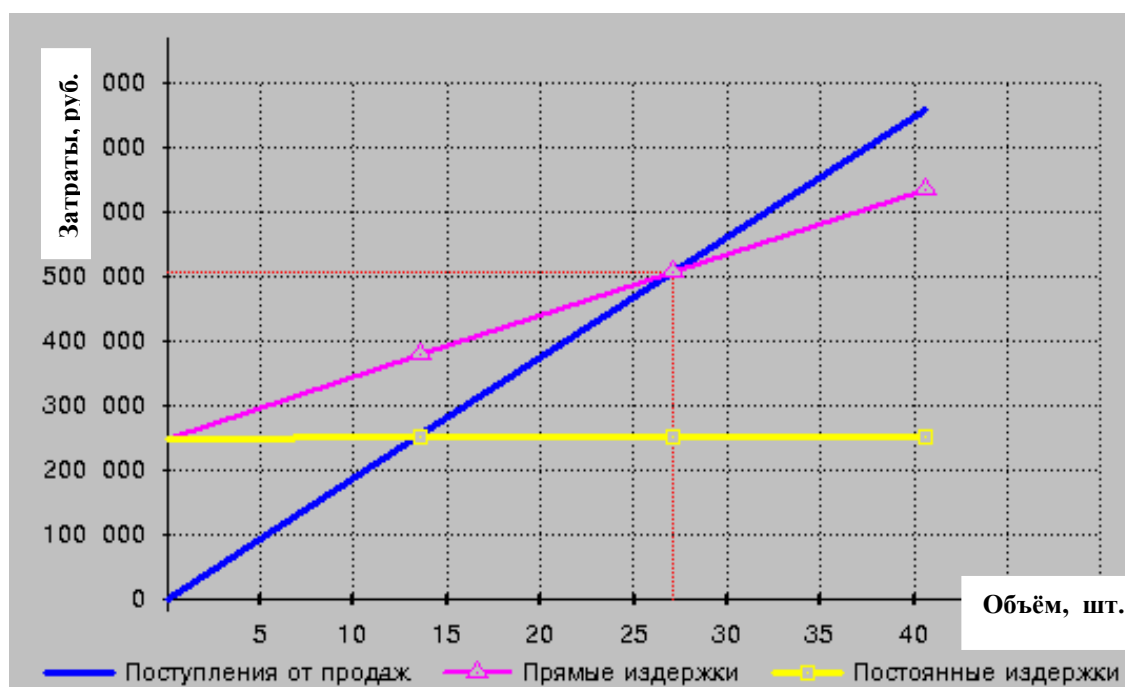


Рисунок 3.2 – График критической точки безубыточности производства сушильных шкафов «Дачник-4» в среднем за месяц в 2024 г.

Таким образом, целью работы является разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники. Был изучен рынок по производству электробытовой техники в Пензе и Пензенской области, технология производства электробытовой техники, определены цели, предложена стратегия развития предприятия ООО «ЭлектроБыт».

Рассчитан годовой объем прибыли ООО «ЭлектроБыт», который составит 5,211 млн. руб. Выполнен расчет периода окупаемости инвестиций учредителей. Выбранный вид деятельности характеризуется быстрым сроком окупаемости, равным в среднем 2,5 года.

Все показатели эффективности инвестиций данного проекта находятся на высоком уровне. Следовательно, разработанный проект является экономически выгодным и привлекательным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С каждым годом рынок электробытовых приборов интенсивно развивается и растет. Любое жилище напичкано электробытовыми приборами, которые нуждаются в подключении к электрическим сетям. Линейка конструкций электробытовых приборов насчитывает сотни позиций.

Целью бакалаврской работы является разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники. Был изучен рынок по производству электробытовой техники в Пензе и Пензенской области, технология производства электробытовой техники. Определены цели и предложена стратегия развития предприятия ООО «ЭлектроБыт». Предложены основные мероприятия по продвижению производимых электробытовых товаров, дано экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

На 1 октября 2023 года планируется создание, на базе действующего предприятия АО «Радиозавод», предприятия ООО «ЭлектроБыт» в городе Пензе, который будет производить электробытовые товары. Преимущество ООО «ЭлектроБыт» перед своими конкурентами заключается в качественном осуществлении технической поддержки и является основным направлением для успешного продвижения продукции. Предприятие оказывает клиентам всестороннюю поддержку в части поставок и гарантийного обслуживания предлагаемого оборудования в лице высококвалифицированных и технически грамотных специалистов.

Собственный капитал данного предприятия в размере 13 000 000 руб. предполагается сформировать из вкладов учредителей. Для устойчивой деятельности предприятия потребуется 43 сотрудника. Планируется, что предприятие за счет собственных средств арендует помещение (арендная плата 190000 руб.) и приобретет оборудование в кредит общей стоимостью 13000000 руб., необходимое для производства.

Электробытовые товары, производимые в ООО «ЭлектроБыт», это сушильные электрошкафы «Дачник-4», «Дачник-3», «Дачник-2», светильники

для теплиц, которые способствуют эффективному фотосинтезу, создавая интенсивное и равномерное подсвечивание. Светильники защищены от самовозгорания и не требуют постоянного контроля

Для осуществления производственной деятельности ООО «ЭлектроБыт» необходимо здание 500 м², в котором размещены как производственные, складские площади, так и офисные помещения.

На предприятии ООО «ЭлектроБыт» имеет место наиболее распространенная структура - линейно-функциональная, преимущества линейно-функциональной структуры управления: наличие профессионалов в подготовке управленческих решений и их ответственность; соблюдение принципа единоначалия. Основу структуры организации «ЭлектроБыт» составляют следующие отделы: производственный отдел, отдел управления, отдел маркетинга.

Руководство предприятия ООО «ЭлектроБыт» ставит своей целью лидерство в области издержек и качества производимой продукции. Определена миссия предприятия, которая состоит в повышении качества российских электробытовых товаров. Проведен SWOT-анализ предприятия.

Для выявления степени влияния факторов внешней среды на деятельность ООО «ЭлектроБыт» использован PEST-анализ. Наиболее благоприятными для ООО «ЭлектроБыт» являются экономические факторы.

Также в работе выполнен анализ внутренней среды ООО «ЭлектроБыт». Предприятие серьезно относится к запросам потребителей, все производимые товары производятся, исходя из потребительских предпочтений. Система производства продукции выстроена на достаточно высоком уровне и будет постоянно совершенствоваться.

Создание предприятия предполагает инвестиции со стороны учредителей объемом в 13 млн. рублей. Эта сумма составляет собственный капитал предприятия. Рассчитан объем производства электробытовых товаров на начальном этапе работы предприятия. Выполнена калькуляция производственной себестоимости на примере производства сушильного шкафа

«Дачник-4». Рассчитаны общепроизводственные, общехозяйственные, а также коммерческие издержки предприятия. Рассчитаны переменные и постоянные затраты на производство товаров, выполнен расчет себестоимости электробытовых товаров по продуктовой линии предприятия

Рассчитан годовой объем прибыли ООО «ЭлектроБыт», который составит 5,211 млн. руб. Выполнен расчет периода окупаемости инвестиций учредителей. Выбранный вид деятельности характеризуется быстрым сроком окупаемости, равным в среднем 2,5 года.

Все показатели эффективности инвестиций данного проекта находятся на высоком уровне. Следовательно, разработанный проект является экономически выгодным и привлекательным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ. "Российская газета", N 7, 21.01.2012.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (в ред. от 06.04.2015, с изм. от 07.04.2015) // Собрание законодательства РФ. - 2009. - № 5. - Ст. 410.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 №146-ФЗ (в ред. от 08.03.2017) // Российская газета. - 2018. - №148-149.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (в ред. от 06.04.2015, с изм. от 02.05.2021) // Российская газета. - 2019. - № 256.
5. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 №14-ФЗ (в ред. от 06.04.2020) // Собрание законодательства РФ. – 2008. - № 7. - Ст.785.
6. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». // Собрание законодательства РФ. – 2016. - № 1. - Ст. 634.
7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое издание, 2017. – 704 с.
8. Анищенко А. В. Управление малым бизнесом. – М.: Вершина, 2019.– 200 с.
9. Аникеев С. А. Методика разработки плана маркетинга. Сер. «Практика маркетинга» – М.: Форум, Информ-Студио, 2021. – 128 с.
10. Белолипецкий В. Г. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2021. – 448 с.
11. Берл Густав и др. Мгновенный бизнес-план. Двадцать быстрых шагов к успеху / Пер. с англ./ - М.: Дело ЛТД, 2019. – 183 с.
12. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2019. – 672 с.

13. Бизнес-план. Методические материалы. Под редакцией профессора Р. Г. Маниловского. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 156 с.
14. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. – М.: АО Интерэксперт, Экономика, 2019. – 166 с.
15. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2021. –160 с.
16. Валдайцев С. В. Управление инвестиционным бизнесом: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. – 330 с.
17. Валинурова Л. С. Управление инвестиционной деятельностью: Учебник. – М.: Кно Рус, 2019. – 170 с.
18. Грачева М. В. Риск-анализ инвестиционного проекта: Учебник. – М.: Экономика и финансы, 2022. – 342 с.
19. Грибалева Н. П. Бизнес-план: Учебное пособие. – СПб.: ПИТЕР, 2020. – 152 с.
20. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ, 2020. – 346 с.
21. Горохов Н. Ю., Малев В. В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. – М.: Информационно-издательский дом Филинь, 2021. – 208 с.
22. Драчева Е. Л. Менеджмент: Учеб. пособие - М.: Мастерство, 2019. - 456 с.
23. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. Под ред. Проф. А.Н.Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 239 с.
24. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. - СПб.: Питер Ком, 2019. – 896 с.
25. Кураков Л. П., Попов В. М. и др. Сборник бизнес-планов: Современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 336 с.
26. Липсиц И. В. Бизнес-план—основа успеха. - М.: Машиностроение, 2020. – 180 с.

27. Липунцов Ю. П. Управление процессами. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2020. – 224 с.
28. Маркетинг. Под ред. А.Н. Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2018. – 560 с.
29. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер.с англ. – М.: Дело, 2017. – 704 с.
30. Серов В.М. Инвестиционный менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 272 с.
31. Сухова Л. Ф. и др. анализ финансового состояния потребительской кооперации. Учебно-практическое пособие. – Ставрополь: БУПК СКИ, 2018. – 33 с.
32. Трубицин В. А. Успех и бизнес-план. – Ставрополь: ГП ИТФ Ставрополье, 2020. – 174 с.
33. Токарев В. Русский менеджмент, статья «Применение SWOT-анализа при разработке стратегии фирмы», Издательский дом «РЦБ», 2020. – 45 с.
34. Ефимовой, Е. А. Каменевой. – Ростов н/Д: Феникс, 2020. – 224 с.
35. Цандер Э. Практика управления. - М.: Экономика, 2017. - 354 с.
36. Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Дж., Якобс Р. Ф. Производственный и операционный менеджмент: учебное пособие. 9-е изд./ Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2019. – 704 с.
37. Экономика предприятия / Под ред. В. М. Семенова. – М., 2018. – 342 с.
38. Шахмалов Ф. И. Американский менеджмент. Теория и практика. – М.: Наука, 2017. – 546 с.
39. Резниченко В. С. Методика разработки бизнес-плана инвестиционного строительного проекта и опыт ее применения. // Экономика строительства. – 2021. – № 8. – С. 69-76.
40. Семенова А. Управление инвестиционными процессами. // Экономист. – 2022. – № 5. – С. 11-18.

ПРИЛОЖЕНИЯ

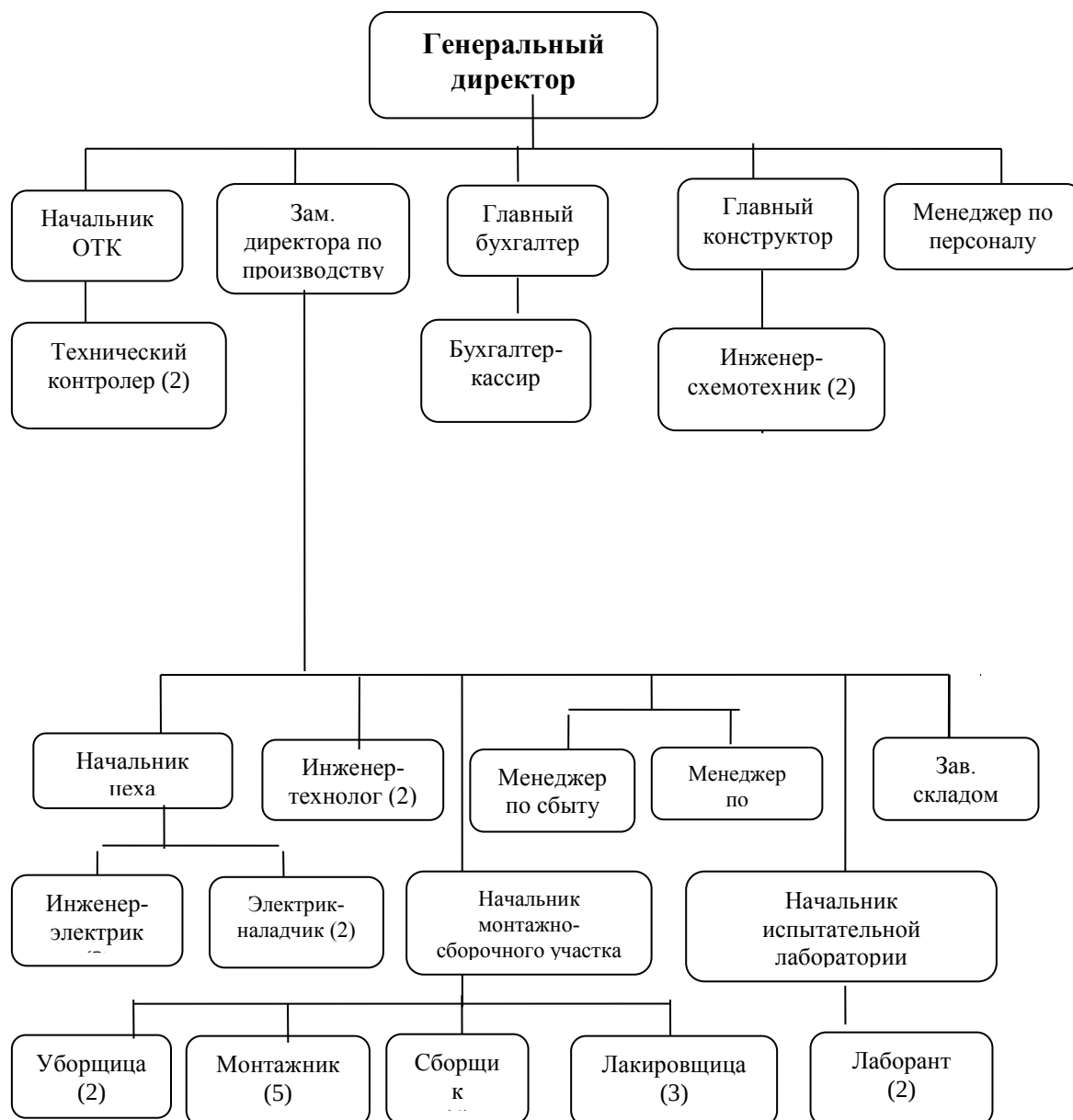


Рисунок А.1 - Организационная структура предприятия ООО «ЭлектроБыт»



Рисунок Б.1 - Дерево целей ООО «ЭлектроБыт»

Расширенная аннотация**«Разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники»**

Автор: Кондрашова Дарьи Станиславовна

Руководитель к.т.н., доцент Зубков А. Б.

В современных условиях хозяйствования, производство электробытовой техники, как показывает весьма успешный опыт западных стран, это эффективный инструмент ведения бизнеса. С каждым днем рынок электробытовой техники интенсивно развивается и растет. Любое жилище буквально напичкано электротехникой, линейка конструкций электробытовой техники насчитывает сотни позиций. В связи с вышесказанным в сложившихся условиях, разработка системы управления предприятия по производству электробытовой техники может стать высокодоходным видом бизнеса.

Целью ВКР являются организационно-экономические мероприятия по разработке системы управления предприятия по производству электробытовой техники.

На 1 октября 2023 года планируется создание, на базе действующего предприятия АО «Радиозавод», предприятия ООО «ЭлектроБыт» в городе Пензе. ООО «ЭлектроБыт», это общество с ограниченной ответственностью, являющееся разновидностью объединения капиталов, основанное на совместной собственности группы лиц и наемном труде. Общество является коммерческой организацией. Финансирование предприятия осуществляется за счет учредителей – физических лиц. ООО «Электро» и его офис располагаются по адресу: Россия, 445047 г. Пенза, ул. Северная, д. 36.

Собственный капитал данного предприятия в размере 13 000 000 руб. предполагается сформировать из вкладов учредителей. Предприятие будет изготавливать электробытовые приборы. Для устойчивой деятельности предприятия потребуется 43 работника. Планируется, что предприятие за

счет собственных средств арендует помещение (арендная плата 190000 руб.) и приобретет оборудование в кредит общей стоимостью 15 000 000 руб., необходимое для производства.

Электробытовые товары должны соответствовать стандартам безопасности и одновременно соответствовать современным технологиям и требованиям современного дизайна. Помимо обеспечения безопасности, производимые электротовары должны быть экономичными и легкими в использовании. Что касается продукции ООО «ЭлектроБыт», как внешний дизайн и механизм, так и разнообразие цветов создаются с учетом современных потребностей рынка. С этой целью ООО, имеющий в наличии не только оборудование, но и программное обеспечение по последнему слову техники, высококвалифицированную команду работников, занимается поиском новых достижений и созданием новых электробытовых товаров.

Виды электробытовых товаров, производимых в ООО «ЭлектроБыт», это сушильные электрошкафы «Дачник-4», «Дачник-3», «Дачник-2» предназначены для заготовки в домашних условиях фруктов, овощей, ягод, грибов, трав и других продуктов растительного происхождения методом сушки, а также подогрева пищи и приготовления диетических блюд. «Дачник-3» - инфракрасная сушилка для овощей и фруктов, светильники для теплиц и оранжерей. Светильники для теплиц способствуют эффективному фотосинтезу, создавая интенсивное и равномерное подсвечивание. Светильники защищены от самовозгорания и не требуют постоянного контроля.

Создание предприятия предполагает инвестиции со стороны учредителей объемом в 13000000 рублей. Эта сумма составляет собственный капитал предприятия. Также предполагается привлечение кредитных ресурсов объемом 3600000 рублей. Кредитные средства будут использованы на приобретение основных средств предприятия, а также на пополнение оборотных средств. Планируемый объем производства электробытовых товаров на начальном этапе работы предприятия представлен в таблице В.1.

Таблица В.1 – Планируемый объем производства электробытовых товаров
ООО «Электробыт»

Показатели	Сушильный шкаф, ед.	Светильники тепличные, ед.	Прочие товары, ед.
Средняя отпускная цена, руб.	1060	650	860
Объем реализации	90 000	100 000	70000
Выручка, тыс. руб.	95 400	65 000	60 200
Всего от реализации, тыс. руб.	220 600		
Удельный вес в общем объеме прогнозируемой реализации продукции, %	46,3	29,5	27,2

Расчет годовой прибыли предприятия представлен в таблице В.2.

Таблица В.2 – Расчет годовой прибыли предприятия ООО «Электробыт», руб.

Наименование товара	Себестоимость единицы продукции	Цена реализации,	Прибыль за единицу,	Количество реализации, шт.	Годовая прибыль,
Сушильный шкаф, ед.	791,20	1060,00	268,80	90 000	24 192 000
Светильники тепличные, ед.	595,80	650,00	54,20	100 000	5 420 000
Прочие товары, ед.	538,50	860,00	321,50	70 000	22 505 000
Итого				260 000	52 117 000

Как видно по данным таблицы В.2, годовой объем прибыли ООО «ЭлектроБыт» составит 52,117 тыс. руб.

В целом, исходя, из всех выше представленных расчетов следует, что все показатели эффективности инвестиций данного проекта находятся на высоком уровне. Следовательно, разработанный проект является экономически выгодным и привлекательным.

Ректору ПГУ
А.Д. Гулякову
студент ВЭМ 4 курса ИЭиУ
кафедры «МиЭБ»
очной формы обучения
Кондрашова Д.С.

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Кондрашова Дарья Станиславовна, студент 4
курса очной формы обучения направления подготовки
38.03.02 Менеджмент профиль
Менеджмент организации, прошу провести проверку с
использованием системы «Антиплагиат» бакалаврской работы на тему
«Разработка системы управления предприятием по
производству электродвигательной техники»,
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.

Заид / Кондрашова /

Бакалаврская работа представлена на проверку 15 мая 2023 г.

Научный руководитель

[Подпись] / А.Б. Зудил /

СПРАВКА

Пензенский государственный университет

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.VUZ

Автор работы: Кондрашова Д.С.
Самоцитирование
рассчитано для: Кондрашова Д.С.
Название работы: Кондрашова Дарья_ВКР
Тип работы: Выпускная квалификационная работа
Подразделение: МиЭБ

РЕЗУЛЬТАТЫ

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

СОВПАДЕНИЯ		32.69%	СОВПАДЕНИЯ		32.69%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ		56.48%	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ		56.48%
ЦИТИРОВАНИЯ		10.83%	ЦИТИРОВАНИЯ		10.83%
САМОЦИТИРОВАНИЯ		0%	САМОЦИТИРОВАНИЯ		0%

ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 17.05.2023

ДАТА И ВРЕМЯ КОРРЕКТИРОВКИ: 17.05.2023 08:06

Структура документа: Проверенные разделы: содержание с.1, основная часть с.2-52, 56, библиография с.53-56, приложение с.56
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; eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ: аналитика; СПС ГАРАНТ: нормативно-правовая документация; Медицина; Диссертации НББ; Коллекция НБУ; Перефразирования по eLIBRARY.RU; Перефразирования по СПС ГАРАНТ: аналитика; Перефразирования по Интернету; Перефразирования по Интернету (EN); Патенты СССР, РФ, СНГ; Модуль поиска "ПГУ"; СМИ России и СНГ; Шаблонные фразы; Кольцо вузов; Издательство Wiley; Переводные заимствования

Работу проверил: Зубков Андрей Борисович

ФИО проверяющего

Дата подписи:

17.05.2023

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

Студентки Кондрашовой Дарьи Станиславовны
на тему «Разработка системы управления предприятия по производству
электробытовой техники»

Как показывает статистика, спрос на электробытовую технику во всем мире продолжает неуклонно расти, а ее ассортимент – постоянно усовершенствоваться и расширяться. В этом смысле принятая тема бакалаврской работе вполне актуальна и соответствует оценке уровня профессиональной подготовки будущего менеджера.

Кондрашова Дарья Станиславовна выполнила маркетинговые исследования ситуации, сложившейся на рынке электробытовой техники, выявила и изучила конкурентов, провела сегментацию рынка, а также рассмотрела особенности организации производства на предлагаемом к созданию малом предприятии. Проведенные исследования позволили ей разработать рекомендации по формированию системы управления данным предприятием, а проведенная оценка прогнозируемых результатов его хозяйственной деятельности подтвердила экономическую целесообразность его создания.

В процессе подготовки бакалаврской работы Кондрашова Дарья Станиславовна продемонстрировала достаточно высокий уровень своей профессиональной подготовки, навыки принятия обоснованных управленческих решений, выгодно отличалась ответственностью и трудолюбием, умением правильно организовать свой рабочий процесс. Студентка обладает логическим мышлением, достойно аргументирует и отстаивает свою точку зрения. Подготовку выпускной квалификационной работы Кондрашова Д.С. осуществляла в строгом соответствии с календарным планом, оперативно реагировала на все указанные руководителем замечания.

В целом подготовленная Кондрашовой Д.С. бакалаврская работа соответствует предъявляемым к ним требованиям, может быть рекомендована к защите и заслуживает оценки «отлично».

Руководитель: Зубков А.Б.
кандидат технических наук, доцент
ПГУ, кафедра «Менеджмент и экономическая безопасность»

«19» мая 2023г.


подпись